

LA EVOLUCIÓN DE LA RSC EN BRASIL ENTRE LAS EMPRESAS COTIZADAS EN BOVESPA

Ana Gisbert

Ph. D. en Gestión y Contabilidad

Profesora de Contabilidad en la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Madrid

Dirección: Campus Universitario de Cantoblanco, Rua Francisco Tomás y Valiente, n. 5 - 28049 - Madrid (Espanha)

E-mail: ana.gisbert@uam.es

Vitória Lunardi

Estudiante de Doctorado en Contabilidad y Organización de Empresas en la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Madrid

Profesora de Contabilidad y Administración de Empresas en la Facultad Cenecista Nossa Senhora dos Anjos – Facensa

Dirección: Av. Dr. José Loureiro da Silva, 1991, Gravataí/RS

E-mail: vitorialunardi@gmail.com

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar los avances en responsabilidad social en Brasil, haciendo énfasis en el tipo de información presentada y el nivel de las inversiones realizadas durante el período 2003-2007. El análisis empírico está basado en el contenido de los informes de RSC publicados por las empresas cotizadas en Bovespa, entre las que se encuentran las compañías que componen la cartera del Índice de Sostenibilidad Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa de la bolsa de valores de Sao Paulo (Bovespa). La muestra analizada está compuesta por 48 compañías cotizadas. En el análisis empírico se ha analizado el contenido de los informes anuales de las empresas de la muestra entre los años 2003 a 2007. Todos los proyectos en RSC desarrollados por las compañías de la muestra han sido clasificados en 11 categorías, así como en tres grandes grupos de inversión: externa, interna y medioambiental. Los resultados ponen de manifiesto la necesidad de potenciar la estandarización del formato de presentación de los informes de responsabilidad social corporativa debido a la ausencia de uniformidad. Asimismo, se observa que las empresas invierten en proyectos que en la mayor parte de los casos están muy relacionados con la actividad principal que desarrollan. Respecto al crecimiento de la inversión, el mayor avance durante el periodo temporal analizado se encuentra en la inversión externa, si bien la inversión en proyectos internos ha aumentado de forma considerable. La inversión medioambiental es la que se ha mantenido, debido especialmente a una significativa reducción en el sector petrolífero.

Palabras Clave: Responsabilidad social corporativa; Informes socio-ambientales; Sostenibilidad.

Editado en Portugués, Inglés y Español. Versión original en Español.

Recibido el 09/09/10. Solicitud de Revisión el 28/10/10. Volvió a presentar el 25/05/11. Aceptado el 09/07/2011, por Valcemiro Nossa (Editor). Publicado el 27/03/12. Organização responsável pelo periódico: CFC/FBC/ABRACICON.

Copyright © 2012 REPEC. Todos los derechos, incluso los de traducción, son reservados. Se permite mencionar parte de artículos sin autorización previa, con tal de que se identifique la fuente.

1. INTRODUCCIÓN

Informe de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), informe de sostenibilidad empresarial, balance social corporativo o informe social son algunos de las denominaciones utilizadas por parte de empresas, el mundo profesional, el académico y los organismos reguladores, para referirse a la información publicada por la empresa centrada en reflejar cuestiones y proyectos de carácter social y medioambiental.

Desde comienzos de la década de los ochenta se ha producido un creciente interés entre las organizaciones empresariales de todo el mundo por la información sobre actividades de índole social y medioambiental. En Brasil, es a partir de los finales de los ochenta cuando crece el interés y en definitiva, la inversión de los empresarios brasileños en políticas de carácter social y medioambiental (ADAMS *et al.*, 1998; SIQUIERA; VIDAL, 2002). En la actualidad puede decirse que Brasil es el país que lidera el desarrollo de la filosofía sobre la RSC en Latinoamérica, fundamentalmente a través del apoyo del conjunto empresarial brasileño al desarrollo de los indicadores del Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social y de los informes sociales de IBASE - *Instituto Brasileiro de Análisis Sociales y Económicos*, principales organizaciones en materia de RSC en América Latina, que presentan una filosofía de trabajo similar a la de GRI (*Global Reporting Initiative*).

La información recogida en los informes de RSC permite difundir los distintos proyectos no sólo a los inversores, sino también a otros agentes interesados en el conjunto de actividades de naturaleza social y medioambiental de la empresa: empleados y sus familiares, los sindicatos, los medios de comunicación, las organizaciones no gubernamentales (ONGs), los sindicatos y el Estado; en definitiva, los “*Stakeholders*”. En la actualidad puede observarse una tendencia mundial a invertir en empresas que pueden calificarse como “socialmente responsables”. En el caso concreto del mercado de valores de Brasil (Bovespa), existe desde diciembre de 2005, un índice específico (*Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE*), que recoge acciones de 28 empresas cotizadas en Bovespa, que son calificadas como “sostenibles” de acuerdo a criterios sociales, medioambientales y económico-financieros¹. Durante los primeros 12 meses de actividad del índice el número de compañías que se incorporaron a la nueva cartera pasó de 28 a 34. Además, el crecimiento del índice a lo largo del 2006 fue del 37,82% frente al 32,93% del Ibovespa². El crecimiento tanto del índice bursátil como del número de empresas de su cartera, es un claro indicativo del interés de los inversores por empresas socialmente responsables, así como el interés de las propias empresas por formar parte de una cartera de empresas dirigida a inversores interesados en la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Desde el mundo académico y profesional existe también un creciente interés en la investigación en RSC derivado principalmente del crecimiento de la inversión en empresas socialmente responsables, sostenibles y a la vez rentables. Por este motivo, puede decirse que la investigación en RSC y más concretamente, el análisis del tipo de información presentada, así como su calidad, uniformidad, claridad y fiabilidad es determinante para fortalecer la confianza de los inversores y el resto de usuarios en la información suministrada por las empresas socialmente responsables.

La apuesta de la Bovespa por la inversión en las empresas socialmente responsables y la evolución del índice ISE, pone de manifiesto el creciente interés que la inversión socialmente responsable tiene en Brasil. El objetivo principal de este trabajo es profundizar en los avances que han tenido lugar en materia de RSC entre las principales empresas de Brasil. Más concretamente, estudiar la evolución de los niveles de inversión, el tipo de proyectos desarrollados o el formato de presentación de la información sobre RSC. Un análisis en profundidad de la información publicada en materia de RSC es

¹ La incorporación de una compañía cotizada en este índice de sostenibilidad se basa en la valoración por parte de un consejo de “*stakeholders*” que representan a conjunto de la sociedad civil, de una serie de factores basados en la relación de la empresa con los empleados y proveedores, la relación con la comunidad, el gobierno corporativo de la empresa y el impacto ambiental de sus actividades.

² Una diferencia de 14,84 puntos porcentuales entre ambos índices, en el primer año de puesta del índice ISE.

el primer punto de partida para poder conocer las razones que llevan a que las empresas socialmente responsables a ser más atractivas para los inversores en los mercados de capitales.

La muestra de análisis está compuesta por un total de 48 empresas cotizadas en la bolsa de valores de Brasil (Bovespa), de las que 34 forman parte del Índice de Sostenibilidad Empresarial (ISE) y las 14 restantes forman parte del conjunto de empresas cotizadas que invierten en responsabilidad social pero que quedan excluidas del índice. El período de análisis abarca los años 2003-2007. Los datos del análisis empírico fueron obtenidos directamente de los informes de RSC publicados en las páginas *web* institucionales de las empresas, así como de los enviados a la CVM - *Comisión de Valores Mobiliarios*, organismo regulador de los mercados de valores en Brasil. Los resultados del análisis empírico permiten poner de manifiesto una tendencia creciente en los niveles de inversión en proyectos de RSC y permiten identificar las distintas áreas de inversión, los sectores más activos así como avanzar algunas de las principales razones que llevan una empresa a ser socialmente responsables y transparentes.

Este trabajo está estructurado de la siguiente forma. La sección 2 analiza el creciente interés por la RSC en las últimas décadas, así como las principales líneas de investigación en esta materia. La sección 3 aborda el análisis de la descripción de la muestra y la metodología de análisis utilizada. Finalmente, las secciones 4 y 5 analizan los resultados y recogen las principales conclusiones del trabajo.

2. LOS AVANCES EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2.1. El creciente interés por la RSC en el ámbito gubernamental, social y empresarial

La contabilidad como ciencia social, ha continuado desarrollando a lo largo de los años nuevos conceptos, nuevas tendencias y nuevas prácticas contables, adaptándose a la evolución y a las nuevas demandas de la sociedad. Tal y como destaca Tinoco (2001, p. 14) “*la existencia de las organizaciones empresariales no puede justificarse exclusivamente por su capacidad de generar beneficios a sus propietarios*”. En este sentido, en la mayor parte de las economías desarrolladas surge la idea de que la empresa no sólo debe elaborar informes de carácter financiero sino también asumir compromisos de naturaleza económica y social (MOREIRA, 2001).

En Estados Unidos la idea de la responsabilidad social surge en los años treinta (CARNEIRO, 1994; BATISTA, 2000). La guerra de Vietnam (1964-1973), el uso de armamentos sofisticados y dañinos para el medio ambiente, así como la discriminación de raza y sexo en el empleo, hicieron que la sociedad norteamericana se plantease el posicionamiento social de las empresas, limitando a las organizaciones a producir y vender lo que desearan (TINOCO, 2001). Puede decirse que el desarrollo de la RSC en Estados Unidos surge gracias a la iniciativa de la propia sociedad, aunque también se realizaron numerosos avances legislativos en la materia³. Los empresarios, conscientes de la demanda social, comenzaron a responder a las exigencias sociales para evitar una reducción en sus cuotas de mercado. Como indica Tinoco (2001, p. 126), entre finales de los años 60 e inicio de los años 70, la mayoría de las empresas estadounidenses comenzaron a preparar informes donde la información económica quedaba vinculada a otra de carácter social y medioambiental: niveles de contaminación, participación en obras culturales, contribución de la empresa en los transportes colectivos de la ciudad y en otros beneficios para la comunidad, centrándose en el papel del hombre en la empresa y de ésta en la sociedad.

Las empresas norteamericanas fueron pioneras en la publicación de información social, a pesar de no existir una legislación que las obligase a publicar anualmente este tipo de informes. Tal vez por eso y por las características del liberalismo económico de los Estados Unidos, la nomenclatura utilizada para estos informes fuera bastante variable: *social audit*, *social balance sheet*, *social accountability*, *social responsibility report*, *social report*. El *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI)

³ La idea de la RSC fue introducida en Estados Unidos por algunos líderes empresariales como Rockefeller, Carnegie, Ford o Hewlett y Packard. No obstante, el avance no tiene lugar hasta los años sesenta, donde junto a la presión social se realizan una serie de avances legislativos.

definió en 1999 la sostenibilidad de acuerdo a criterios económicos, sociales y medioambientales, formalizando la divulgación de esta información en el *Social Audit*, un informe económico-social centrado en los consumidores, los clientes y la sociedad en general.

En el ámbito de la Unión Europea se han producido numerosos avances a favor del desarrollo de la RSC. Los primeros estímulos comenzaron en el año 2000, cuando el Consejo Europeo de marzo de ese mismo año puso de manifiesto la necesidad de garantizar un crecimiento económico sostenible para alcanzar el objetivo estratégico de ser la economía más competitiva y dinámica del mundo⁴. Desde entonces, la Unión Europea ha desarrollado diversas iniciativas en las que pone de manifiesto su compromiso con el desarrollo sostenible y la RSC. Los avances más destacados desarrollados por la UE en materia de RSC, quedan recogidos en la siguiente Tabla:

Tabla 1: Iniciativas de la Unión Europea en favor del desarrollo sostenible y la RSC

Año	Documento y principal objetivo
2001	COM ⁵ (2001) 366: Publicación del “ <i>Libro verde</i> ” para fomentar el desarrollo de un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.
2002	COM (2002) 347 “ <i>La responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible</i> ”. Objetivo: propuesta de estrategia de promoción de la RSE y Creación del Forum Multilateral Europeo sobre RSE.
2004	COM (2004): “ <i>Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility</i> ”. Objetivo: la promoción de la innovación, de la transparencia y de la convergencia de las prácticas e instrumentos de Responsabilidad Social.
2005	COM (2005): Reconoce que la responsabilidad social de las empresas puede desempeñar una función clave a la hora de contribuir al desarrollo sostenible y reforzar al mismo tiempo el potencial innovador y la competitividad de Europa. Objetivo: Sigue debatiendo la manera de fomentar la RSE en el marco del Acuerdo de Cotonú y la Nueva Estrategia para África.
	Decisión 2005/600/CE del Consejo: Relativa a las Directrices para las políticas de empleo de los Estados miembros.
	COM (2005) 33: La Comisión Europea propone una nueva Agenda Social que comprende el período 2006-2010. Objetivo: lograr “una Europa social en la economía mundial: empleos y nuevas oportunidades para todos”.
	COM (2005) 658: Establece una estrategia a largo plazo que combina las políticas para el desarrollo sostenible medioambiental, económico y social. Objetivo: mejorar de forma sostenible el bienestar y las condiciones de vida de las generaciones presentes y futuras.
2006	COM (2006): “Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la responsabilidad social de las empresas”. Objetivo: establecer una nueva fase en la evolución de la política europea en cuestión de RSE.
2007	COM (2007) 642: “Informe provisional sobre la Estrategia de Desarrollo Sostenible 2007”. Objetivo: considera que los progresos obtenidos han sido modestos, pero que el desarrollo político tanto a nivel de la UE como de los Estados miembros ha progresado especialmente en materia de cambio climático, energía limpia y salud.
2009	Tratado de Lisboa: Dota a la UE de instituciones modernas y perfecciona sus métodos de trabajo para poder afrontar los desafíos del mundo de hoy, refuerza la democracia en la UE y mejora su capacidad de defender los intereses de sus ciudadanos. Objetivo: resolver problemas como la globalización, el cambio climático, la evolución demográfica, la seguridad y la energía.
	P6_TA (2009)0190: Resolución del Parlamento Europeo sobre la responsabilidad social de las empresas de subcontratación en las cadenas de producción (2008/2249(INI)).

Fuente: Síntesis de la legislación de la UE, en http://europa.eu/legislation_summaries y http://europa.eu/lisbon_treaty/index_es.htm

⁴ Comisión Europea: Diez años de la Estrategia Europea de Empleo. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. 2007 – 43 pp. – 17.6 x 25cm. ISBN 978-92-79-06583-5.

⁵ Comunicación de la Comisión de las Comunidades Europeas.

En Brasil, el debate sobre el Informe de RSC se inició en 1976 con la movilización de los dirigentes empresariales, liderada por la Asociación de los Directores Cristianos de Empresas (ADCE) (TINOCO, 2001). Pero el desarrollo de la RSC en Brasil comienza a finales de los años ochenta y el debate se intensifica a mediados de los años noventa. En este momento algunas empresas⁶ dan los primeros pasos en la divulgación de este tipo de información (ARAÚJO, 2003). Sin embargo, la idea sólo ganó fuerza cuando en marzo de 1977, el sociólogo Herbert de Souza (1935-1997) escribe el artículo “*Empresa pública y ciudadana*”, donde se incentiva la publicación del informe de RSC en Brasil, con el objetivo de que las empresas brasileñas rindiesen cuentas de sus actividades sociales tanto dentro como fuera de la organización (NEGRA *et al.*, 2002).

A partir de este momento, tienen lugar una serie de iniciativas gubernamentales⁷. Por ejemplo, en la ciudad de São Paulo se aprobó la Resolución nº. 05/98 instituyendo el “Día de la Empresa Ciudadana” y el “Sello Empresa Ciudadana” para estimular y reconocer el trabajo realizado por las empresas que presentan un informe social de calidad. Este tipo de certificado de calidad también se instaura con posterioridad en otras ciudades como Porto Alegre (en el Estado de Rio Grande do Sul). Además, en Porto Alegre la publicación del informe social es obligatorio para las empresas con sede en esta ciudad y con más de 20 empleados (KROETZ, 2000).

Junto a las iniciativas anteriores, en diciembre de 2004 se publicó en Brasil la certificación NBR 16001 (gestionada por la Asociación Brasileña de Normas Técnicas, ABNT), que reúne un conjunto de requisitos asociados a la ética empresarial, ciudadanía, derechos humanos y desarrollo sostenible. Esta certificación tiene como objetivo crear una serie de directrices nacionales de conducta para que la empresa pueda ser considerada socialmente responsable.

La publicación de un informe sobre RSC es una práctica cada vez más consolidada entre las empresas brasileñas, de ahí el interés por analizar en detalle su contenido y estructura, en particular de las empresas cotizadas y poder así determinar el tipo de información, su cantidad, calidad y en definitiva, su utilidad para los usuarios de este tipo de información.

2.2 La revelación de información sobre Responsabilidad Social Corporativa

La mayor parte de la investigación en RSC se ha centrado principalmente en analizar los factores determinantes de la publicación de información sobre RSC. De forma general se han observado varios motivos por los que las empresas están interesadas en publicar informes de RSC. Tal y como señalan Lewis y Unerman (1999) o Andrade *et al.* (2002) uno de los principales motivos está relacionado con atender a la demanda informativa de los *stakeholders* y favorecer la imagen empresarial. Junto a los accionistas, los *stakeholders* demandan cada vez más información de carácter socio-ambiental, ejerciendo presión sobre las empresas, que encuentran cada vez más necesario la publicación de información sobre sus proyectos sociales y medioambientales. Los informes de RSC son una de las mejores vías para reflejar la ética de una organización con información cuantitativa y cualitativa sobre sus proyectos sociales y medioambientales. El creciente interés de la empresa en presentar estos informes puede justificarse en su utilidad para impulsar cambios en la empresa (DIERKES; ANTAL, 1985). Los cambios suelen producirse como resultado de la presión ejercida por los *stakeholders* externos o internos, incluyendo a los propios directivos, que en base a la información publicada en el informe, puede tomar distintas posiciones frente a la empresa. Además, para los directivos, el informe de RSC sirve como guía de la planificación de la empresa en términos de objetivos y metas en el área socio-ambiental.

La información recogida en los informes de RSC puede variar en función del sector, tamaño de la empresa, estructura y estilo de dirección o del contexto regional y temporal en que la empresa está insertada (ADAMS *et al.*, 1998; LEWIS; UNERMAN, 1999; TEOH; THONG, 1984). Estos

⁶ La primera empresa en publicar un informe social fue la empresa estatal Nitrofertil en 1984.

⁷ A nivel nacional se desarrolló en el año 1999 un Proyecto de Ley (32/99) sobre Responsabilidad Social Corporativa pero que aún en la actualidad no ha sido definitivamente aprobado por el Congreso Nacional (Reis y Medeiros, 2007).

factores, junto a la presión ejercida por los *stakeholders*, van a ser determinantes en el interés y capacidad de la empresa en producir información de carácter social y medioambiental.

Los informes publicados por las empresas brasileñas difieren significativamente de los publicados por las empresas europeas y norteamericanas⁸ (FREIRE; REBOUÇAS, 2001). Tal y como podrán observarse con posterioridad, la mayor parte de las empresas cotizadas brasileñas publican sus informes de responsabilidad social basándose en el modelo de IBASE (*Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas*) conjuntamente con los indicadores del Instituto Ethos de Responsabilidad Social. Este modelo consiste en una presentación parcialmente adaptada de los indicadores GRI (*Global Reporting Initiative*), si bien con un énfasis mayor en aspectos relacionados con el empleo, la educación, la mejora de la calidad de vida de las personas y que hace que las empresas brasileñas utilicen más este modelo de indicadores debido las propias características institucionales de Brasil.

Hasta la década de los noventa podían observarse varias tendencias y movimientos en la publicación de información de carácter socio-ambiental. Por ejemplo, en los primeros modelos del IBA-SE podía observarse una clara tendencia centrada en la publicación de información más relacionada con las acciones sociales de la empresa, mientras que existía otra tendencia que daba prioridad a los aspectos de gestión y transparencia, de forma similar a las investigaciones de *benchmarking* del Instituto Ethos. Finalmente, un tercer movimiento se centraba en información medioambiental, de forma similar a los informes de sostenibilidad del *Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável* (CEBDS). En la actualidad existe un gran interés por la integración de las informaciones sociales y medioambientales en un único documento (LINE *et.al.*, 2002).

En relación a la profundidad y tecnicidad del contenido, y formato de los informes, existe una gran divergencia de opiniones en la literatura académica y profesional. Algunos autores defienden la presentación de informes más simplificados, argumentando que su principal objetivo es la divulgación de información para un público (*stakeholders*) que en líneas generales está poco o nada familiarizado con los aspectos técnicos de la información financiera. Sin embargo, otra línea defiende la necesidad de que los informes tengan el rigor técnico necesario y que aún así pueden ser utilizados e interpretados por otros *stakeholders* distintos a los accionistas (SHAOUL, 1998; PRESTON, 1981). Otro debate radica en la necesidad de regular y por lo tanto obligar a la que la elaboración de los informes de RSC sea obligatoria. Los defensores de una mayor regulación de los informes alegan dos razones principales (ROBERTS, 1998; SUTTON; ARNOLD, 1998): (a) que los *stakeholders* tienen poco poder de presión para demandar cierto tipo de información y muchas veces sus demandas son ignoradas por las empresas y (b) el nivel de calidad de los informes divulgados no es satisfactorio. Así, en algunos países como Francia, ya se han desarrollado mecanismos de regulación de estos informes (FREIRE; REBOUÇAS, 2001). Sin embargo, en el caso de Brasil, la publicación de este tipo de informes aún no está regulada a nivel nacional (SIQUEIRA; VIDAL, 2002). No obstante, como ya ha quedado señalado existen algunas iniciativas municipales⁹ de regulación del informe de RSC. Asimismo, la Agencia Nacional de Electricidad – ANEEL, tiene una resolución que hace obligatoria la publicación del informe de RSC por empresas del sector eléctrico desde 2003.

3. SELECCIÓN DE LA MUESTRA Y RECOGIDA DE DATOS

El estudio empírico tiene como objetivo realizar un análisis en profundidad de la información sobre RSC publicada por las empresas de la muestra así como la evolución de la inversión en RSC

⁸ En Europa, la mayor parte de las empresas utilizan el modelo desarrollado por la GRI (*Global Reporting Initiative*) enfocado hacia factores medioambientales y de sostenibilidad. La heterogeneidad presente en la forma de presentación de la información sobre RSC promovió el desarrollo a nivel internacional de GRI (*Global Reporting Initiative*), una institución en la que participan empresas, organizaciones gubernamentales y sociales de los cinco continentes. El objetivo principal de esta organización es difundir la importancia de la publicación de informes de RSC, así como publicar una serie de directrices que permiten homogenizar la información para que resulte de utilidad para los diferentes *stakeholders*. Como en Europa, en Estados Unidos el modelo más utilizado por las empresas cotizadas es el GRI.

⁹ Los municipios de São Paulo (SP) y Porto Alegre (RS) tienen regulado el informe RSC.

durante el periodo 2003-2007. La muestra de análisis está compuesta por un total de 48 empresas de veinte uno sectores de la economía que forman parte tanto de la cartera del Índice de Sostenibilidad Empresarial (ISE) como de las empresas de Bovespa con mayor responsabilidad social¹⁰ dentro del marco del proyecto desarrollado por Bovespa “en buena compañía”. El anexo 1 recoge el conjunto de empresas que forman parte de la muestra.

34 del total de 48 empresas de la muestra forman parte del Índice de Sostenibilidad Empresarial (ISE)¹¹ de Bovespa. Las 14 empresas restantes han sido seleccionadas a través de la página web de Bovespa dedicada al proyecto “En Buena Compañía” que tiene como objetivo la divulgación de las buenas prácticas corporativas empresariales¹².

La información utilizada en el análisis empírico procede de los informes de RSC de las empresas de la muestra, así como de otro tipo de información publicada por las empresas en sus informes anuales o en otros documentos disponibles al público. En concreto, se obtuvo información a través de las páginas Web de las empresas de la muestra, por contacto vía e-mail así como en los informes de la Bolsa de Valores Brasileña (Bovespa). La información analizada comprende el período 2003-2007.

Una vez recolectados todos los informes de RSC, así como la información adicional disponible de todas las empresas de la muestra, se realizó el análisis en profundidad de su contenido. Más concretamente: (1) se identificaron todos los proyectos desarrollados por las empresas a los que se hacía referencia en sus informes, así como en otras fuentes de información utilizadas; (2) los proyectos se agruparon en un total de 11 categorías con el objetivo de poder realizar un análisis comparativo del tipo de proyectos desarrollados por cada sector industrial; (3) se analizó la evolución de los niveles de inversión en proyectos sociales y medioambientales a lo largo del período de estudio 2003-2007, con el objetivo de observar si existe un creciente interés y compromiso de las empresas por invertir en proyectos de esta naturaleza. En este último análisis, la inversión en RSC se agrupó en tres indicadores: (1) indicador social interno (ISI) asociado a la inversión de la empresa en sus propios empleados (contribuciones sociales obligatorias, jubilaciones, salud, seguridad y salud en el trabajo, educación, cultura, formación y desarrollo profesional, guarderías, distribución de resultados, transporte, actividades recreativas, vivienda); (2) indicador social externo (ISE) relacionado con la inversión en la sociedad y (3) indicador medioambiental (IMA), relacionados con la inversión de la empresa en proyectos medioambientales.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. El formato de presentación de los informes de RSC

Tal y como se apuntaba con anterioridad, una de las consecuencias de la falta de regulación de la presentación de información sobre RSC, es la ausencia de un modelo único de presentación. Los datos recogidos en la tabla 2 ponen de manifiesto que durante el periodo 2003-2005, la mayor parte de las empresas brasileñas se han inclinado por presentar el informe RSC de acuerdo a modelos propios o al modelo IBASE (*Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas*), en el que se utilizan los indicadores del Instituto Ethos de Responsabilidad Social. Sin embargo, esta tendencia parece haber

¹⁰ El proyecto “em boa companhia” de BOVESPA tiene como objetivo la divulgación de las buenas prácticas corporativas empresariales, más concretamente, de los proyectos de responsabilidad social y medioambiental desarrollado por un conjunto de empresas cotizadas, demostrando así el poder de la inversión socialmente responsable el desarrollo económico sostenible del país.

¹¹ Este Índice, referencia esencial para realizar inversiones socialmente responsables, tiene como objetivo reflejar la rentabilidad de una cartera compuesta por acciones de empresas con reconocido compromiso con la responsabilidad social y actuar como mecanismo de control de las buenas prácticas en el entorno empresarial brasileño. La incorporación de una empresa a este índice depende de un consejo deliberativo presidido por la Bolsa de Valores Brasileña - Bovespa, que es el órgano responsable del desarrollo del índice ISE, de su cálculo y su gestión técnica. Junto a Bovespa, organizaciones como ABRAPP (*Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência*), ANBID (*Associação Nacional dos Bancos de Investimento*), APIMEC (*Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais*), IBGC (*Instituto Brasileiro de Governança Corporativa*), IFC (Corporación Financiera Internacional), Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social y el Ministerio del Medioambiente, forman parte del Consejo.

¹² La página de acceso directo a este proyecto de Bovespa es la siguiente: <http://www.bovespa.com.br/wrs/Index.asp>

cambiado en los últimos años en favor del modelo GRI o la combinación de éste con los indicadores del Instituto Ethos de Responsabilidad Social. Si en el año en el año 2003, tan sólo 3 empresas de las 48 analizadas en la muestra seguían el modelo GRI o una combinación GRI/Ethos, en 2007 este número aumenta hasta 30, es decir, el 62,5% de la muestra. Los resultados ponen de manifiesto la tendencia de las empresas brasileñas a cambiar hacia formatos de elaboración de informes RSC con una mayor repercusión y reconocimiento internacional y en definitiva, una apuesta por la mejorar de la calidad de la información en materia RSC.

Respecto a la forma de publicación del informe RSC, más del 50% de las empresas analizadas (54,58% de media en el periodo) publican el informe RSC de forma independiente, frente al 45,42% restante que integra la información sobre RSC en los informes anuales. No se observan cambios significativos en esta proporción a lo largo del período analizado.

Tabla 2: Distribución de la muestra de empresas en función del modelo de informe de RSC aplicado Análisis para el período 2003-2007.

Año		GRI/ Ethos (Ibase)	GRI	Ethos (Ibase)	Propios
2003	Nº empresas	2	1	22	23
	(%)	4,17	2,08	45,83	47,92
2004	Nº empresas	2	2	23	21
	(%)	4,17	4,17	47,92	43,75
2005	Nº empresas	4	3	24	17
	(%)	8,33	6,25	50,00	35,42
2006	Nº empresas	13	6	19	10
	(%)	27,08	12,50	39,58	20,83
2007	Nº empresas	23	7	13	5
	(%)	47,92	14,58	27,08	10,42
Total	Nº observaciones	44	19	101	76
	(%)	18,33%	7,92%	42,08%	31,67%

Junto a la diversidad existente en los formatos de presentación, la extensión de los informes es también muy variable. La tabla 3 recoge la información sobre la extensión media de los informes de RSC por sectores industriales. El Panel A se refiere a la extensión de cada informe, medida por el número de páginas, mientras que el Panel B se refiere a la extensión de cada informe medida en función del número de epígrafes recogidos.

Centrándonos en el número de páginas, puede observarse una clara tendencia de crecimiento en la extensión de los informes RSC para el período analizado. Esta misma tendencia, también se observa en el Panel B, al analizar el número de epígrafes de los informes. Sin embargo, la tendencia de crecimiento en el número de epígrafes no es generalizable a todos los sectores industriales. En definitiva, los resultados apuntan hacia un aumento de la extensión y en definitiva de los contenidos en los informes RSC.

Los informes de mayor extensión corresponden al sector de energía eléctrica, con una extensión media de 687,8 páginas y en torno a 100 epígrafes. En segunda posición se encuentran las compañías del sector financiero, con una extensión media de 587 páginas y una media de 77 epígrafes en sus informes. En tercer lugar, el sector de siderurgia y metalurgia, con una extensión media de 377,40 páginas y en torno a 46 epígrafes en sus informes. En estos tres sectores señalados presentan una tendencia creciente en la extensión de sus informes RSC, tanto en número de páginas como en número de epígrafes.

En contraposición a estos informes de gran extensión, otros sectores recogen muy poca información sobre RSC. Sus informes presentan la información de forma resumida, reflejando poca inversión en RSC, centrada fundamentalmente en aspectos internos de la compañía.

Tabla 3: Extensión media de los informes RSC por sectores industriales. Análisis para el período 2003-2007.

Panel A: Análisis del número de páginas

Sectores industriales	N empresas	2003	2004	2005	2006	2007	Media nº páginas
Explotación minera	1	100	173	164	141	192	154,00
Financiero	5	403	600	532	468	932	587,00
Agua y saneamiento	2	39	34	86	86	277	104,40
Holding Diversificada	1	122	89	108	119	140	115,60
Energía eléctrica	10	367	287	834	809	1142	687,80
Papel y celulosa	4	65	159	195	249	401	213,80
Explotación carreteras	3	117	91	197	259	288	190,40
Transporte aéreo y ferrocarril	3	148	211	278	235	293	233,00
Seguros	1	-	61	90	63	93	76,75
Material del transporte	2	78	24	30	37	126	59,00
Alimentación	2	117	147	166	176	174	156,00
Petróleo, gas y bio-diesel	1	37	108	79	160	124	101,60
Petroquímico	2	92	64	114	56	192	103,60
Productos uso personal	1	108	67	155	132	107	113,80
Siderurgia y metalurgia	4	202	212	274	616	583	377,40
Motores y equipos industriales	1	14	21	13	32	32	22,40
Servicios diversos	1	-	-	-	90	77	83,50
Alquiler de coches	1	-	-	56	8	6	23,33
Tabacos	1	-	-	69	77	80	75,33
Médico	1	-	-	51	32	37	40,00
Embalaje	1	33	29	33	40	2	27,40
Total	48	2.042	2.377	3.524	3.885	5.298	

Panel B: Análisis del número de epígrafes

Sectores industriales	N empresas	2003	2004	2005	2006	2007	Media nº epígrafes
Explotación minera	1	17	23	26	35	17	23,60
Financiero	5	72	75	72	97	70	77,20
Agua y saneamiento	2	9	8	12	13	27	13,80
Holding Diversificada	1	11	13	7	8	16	11,00
Energía eléctrica	10	62	53	133	119	133	100,00
Papel y celulosa	4	13	22	14	29	39	23,40
Explotación carreteras	3	17	18	29	26	20	22,00
Transporte aéreo y ferrocarril	3	12	45	30	25	32	28,80
Seguros	1	-	19	9	8	6	10,50
Material del transporte	2	29	9	10	10	23	16,20
Alimentación	2	25	29	28	25	25	26,40
Petróleo, gas y bio-diesel	1	7	7	6	6	7	6,60
Petroquímico	2	11	12	8	4	17	10,40
Productos uso personal	1	11	13	19	14	13	14,00
Siderurgia y metalurgia	4	42	40	37	60	55	46,80

Motores y equipos industriales	1	9	10	7	5	5	7,20
Servicios diversos	1	-	-	-	21	12	16,50
Alquiler de coches	1	-	-	5	16	14	11,67
Tabacos	1	-	-	11	19	7	12,33
Médico	1	-	-	8	11	10	9,67
Embalaje	1	18	18	18	18	13	17,00
Total	48	365	414	489	569	561	479,6

4.2. Análisis de los proyectos de RSC desarrollados por las empresas de la muestra

Una vez analizada las características de la estructura de los informes de RSC, se han analizado en detalle los proyectos recogidos en cada informes RSC publicado por las empresas de la muestra en el periodo 2003-2007. La totalidad de los proyectos identificados se han clasificado en 11 categorías, que permiten obtener una visión global del tipo de proyectos desarrollados. Las categorías de inversión identificadas quedan recogidas en la siguiente tabla.

Tabla 4: Descripción de cada una de las categorías en las que se han clasificado los proyectos de RSC identificados.

Categoría	Descripción
Medioambiental (1)	Proyectos destinados a prevenir y combatir la contaminación ambiental relacionada con la actividad principal de la empresa. La inversión en infraestructura no contaminante, así como proyectos externos destinados a la protección del medio ambiente.
Desarrollo profesional (2)	Proyectos de <i>desarrollo profesional</i> de los empleados de la empresa, así como la oferta de becas de postgrado.
Ciudadanía (3)	Esta categoría representa la inversión realizada en proyectos de desarrollo social: educación, cultura, salud, saneamiento, vivienda, deporte, ocio, guarderías, alimentación y otros aspectos relacionados con la ciudadanía, excluyendo el gasto social en los propios empleados de la compañía.
Comunidad (4)	Proyectos de voluntariado y acción social desarrollados por la empresa en la propia comunidad social en la que se integra, como respuesta a la propia inserción de la empresa en una comunidad que le proporciona no sólo la infraestructura sino también el capital social que permite el desarrollo de sus actividades. Entre los proyectos desarrollados en este ámbito se encuentran los incentivos a la lectura, en las escuelas públicas, o el desarrollo de producción artesanal como una opción sostenible de trabajo para la comunidad.
Cultura (5)	Promoción de espectáculos, financiación de actividades culturales: música, teatro, artes etc...
Educación (6)	Inversiones en formación de profesores, programas de prácticas, becas para formación o para cubrir los gastos en libros, así como otros gastos en educación y formación de niños, jóvenes y adultos residentes en regiones pobres. Los proyectos tienen como objetivo servir como mecanismo de promoción de la cultura, involucrando no sólo a los alumnos sino al conjunto de la comunidad, favoreciendo así su interacción e inserción en la sociedad.
Salud (7)	Inversión en planes de salud, asistencia médica, programas de medicina preventiva, programas de calidad de vida y otros gastos en salud con los antiguos y actuales empleados, así como con su familia.
Deporte (8)	Patrocinio y apoyo de actividades deportivas
Proveedores (9)	Proyectos destinados a fortalecer la relación con los <i>proveedores</i> , fomentando el cumplimiento de los contratos establecidos, el perfeccionamiento de sus relaciones de asociación y transmitiendo los valores de su código de conducta a todos los participantes de su cadena de suministro.
Consumidores y clientes (10)	Proyectos enfocados hacia el desarrollo de productos y servicios de confianza, capaces de minimizar el riesgo de un posible daño a la salud de sus usuarios. Asimismo, en este ámbito también pueden encontrarse proyectos destinados a garantizar que la publicidad y las instrucciones de los productos garanticen un uso adecuado, así como servicios de atención al cliente que garanticen sus derechos antes, durante y después de la compra del producto.
Empleados (11)	Inversiones en el personal de la empresa, más allá de los derechos consolidados en la legislación laboral y los convenios colectivos. Los proyectos enmarcados en esta categoría están relacionados con la inversión en la mejora de las condiciones de trabajo y la renta. Los proyectos tienen como objetivo una mayor implicación de los empleados en la gestión de la empresa, fomentando su participación en los beneficios de la empresa como accionistas, formalizando planes de pensiones o fomentando su participación en las agrupaciones sindicales.

Como puede observarse en la Tabla 5, se han identificado un total de 16.381 proyectos donde el 44,12% (7.227 proyectos) son desarrollados por la empresa Petrobras. Sin no tenemos en cuenta los datos procedentes de esta empresa, el número de proyectos se reduce hasta 9.154¹³. Junto a Petrobras, otros sectores como el siderurgia y metalurgia, financiero, eléctrico o material del transporte también desarrollan un número significativo de proyectos, si bien muy por debajo de la citada compañía.

La tabla 5 detalla para cada sector industrial analizado, el número de proyectos identificados en cada una de las categorías de inversión socio-ambiental identificadas. La mayor parte de los proyectos desarrollados por la empresa Petrobras se concentran en las áreas de cultura (2.201 proyectos), ciudadanía (1.983 proyectos), comunidad (808 proyectos), medioambiental (621 proyectos), *desarrollo profesional* (565 proyectos), y educación (461 proyectos). Sin tener en cuenta los datos de esta compañía, las áreas con más número de proyectos son: cultura (2.327 proyectos), comunidad (1.352 proyectos), medioambiente (1.290 proyectos), ciudadanía (1.054 proyectos), educación (902 proyectos) y empleados (695 proyectos). Las áreas en las que se realiza una menor inversión corresponden a las categorías clientes y *proveedores*.

¹³ Al eliminar de la muestra la empresa Petrobras, las áreas más afectadas son las siguientes: *ciudadanía* con reducción del 65,3%, *desarrollo profesional* con un 50,4%, *proveedores* con un 49,07%, *cultura* con un 48,6%, *educación* con un 33,8%, *medioambiental* con un 32,5% y *comunidad* con 37,41% de reducción en el número de proyectos.

Tabla 5: Distribución por sectores industriales del número de proyectos identificados a lo largo del período 2003-2007, clasificados en cada una de las 11 áreas de inversión en Responsabilidad Social Corporativa.

Sectores industriales	[1]	%	[2]	%	[3]	%	[4]	%	[5]	%	[6]	%	[7]	%	[8]	%	[9]	%	[10]	%	[11]	%	Total	%
Explotación Minera	55	2,88	20	1,78	16	0,53	10	0,46	20	0,44	35	2,57	20	2,53	10	2,93	5	3,11		0,00	35	3,65	226	1,38
Financiero	80	4,19	54	4,82	160	5,27	200	9,26	1157	25,55	123	9,02	71	9,00	41	12,02	20	12,42	5	45,45	97	10,11	2.008	12,26
Agua y saneamiento	37	1,94	6	0,54	13	0,43	21	0,97	52	1,15	16	1,17	3	0,38		0,00		0,00	2	18,18	22	2,29	172	1,05
Holdings diversificadas	15	0,78	2	0,18	17	0,56	5	0,23	5	0,11	5	0,37		0,00	5	1,47		0,00		0,00	15	1,56	69	0,42
Energía eléctrica	204	10,68	53	4,73	59	1,94	197	9,12	519	11,46	99	7,26	39	4,94	2	0,59	16	9,94		0,00	127	13,24	1.315	8,03
Papel y celulosa	59	3,09	25	2,23	47	1,55	57	2,64	19	0,42	58	4,26	20	2,53	4	1,17	8	4,97		0,00	7	0,73	304	1,86
Explotación de carreteras	31	1,62	12	1,07	53	1,75	25	1,16	38	0,84	28	2,05	42	5,32	6	1,76		0,00		0,00	3	0,31	238	1,45
Transporte aéreo y ferrocarril	17	0,89	8	0,71	46	1,51	29	1,34	16	0,35	17	1,25	31	3,93	6	1,76		0,00		0,00	27	2,82	197	1,20
Seguros	9	0,47	5	0,45	5	0,16	4	0,19	130	2,87	8	0,59		0,00	1	0,29		0,00		0,00		0,00	162	0,99
Material del transporte	84	4,40	168	14,99	252	8,30	336	15,56	33	0,73	84	6,16	168	21,29		0,00		0,00		0,00	84	8,76	1.209	7,38
Alimentación	43	2,25	12	1,07	37	1,22	29	1,34	2	0,04	38	2,79	14	1,77	11	3,23	3	1,86		0,00	64	6,67	253	1,54
Petróleo, gas y bio-diesel	621	32,50	565	50,40	1.983	65,29	808	37,41	2.201	48,61	461	33,82	124	15,72	121	35,48	79	49,07		0,00	264	27,53	7.227	44,12
Petroquímico	5	0,26	3	0,27	6	0,20	9	0,42	19	0,42	5	0,37	3	0,38		0,00		0,00		0,00	20	2,09	70	0,43
Productos de uso personal	18	0,94	11	0,98	26	0,86	14	0,65		0,00	16	1,17	6	0,76		0,00		0,00		0,00		0,00	91	0,56
Siderurgia y metalurgia	590	30,87	157	14,01	271	8,92	379	17,55	243	5,37	325	23,84	222	28,14	119	34,90	27	16,77		0,00	189	19,71	2.522	15,40
Motores y equipos industriales	13	0,68	10	0,89	21	0,69	20	0,93	21	0,46	20	1,47	5	0,63	15	4,40		0,00	4	36,36		0,00	129	0,79
Servicios diversos		0,00	2	0,18		0,00	2	0,09	4	0,09		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	8	0,05
Alquiler de coches		0,00	1	0,09	8	0,26	2	0,09	45	0,99	1	0,07		0,00		0,00		0,00		0,00	2	0,21	59	0,36
Tabaco	18	0,94	3	0,27	3	0,10	9	0,42		0,00	15	1,10		0,00		0,00	3	1,86		0,00	3	0,31	54	0,33
Médico	8	0,42	4	0,36	10	0,33		0,00	4	0,09	5	0,37	17	2,15		0,00		0,00		0,00		0,00	48	0,29
Embalaje	4	0,21		0,00	4	0,13	4	0,19		0,00	4	0,29	4	0,51		0,00		0,00		0,00		0,00	20	0,12
Total	1.911		1.121		3.037		2.160		4.528		1.363		789		341		161		11		959		16.381	
Total excluyendo Petrobras	1.290		556		1.054		1.352		2.327		902		665		220		82		11		695		9.154	

(1) medioambiental, (2) desarrollo profesional, (3) ciudadanía, (4) comunidad, (5) cultura, (6) educación, (7) salud, (8) deporte, (9) proveedores, (10) consumidores y clientes, (11) empleados.

Centrándonos en cada una de las 11 categorías, puede destacarse lo siguiente:

Medioambiente: La mayor parte de las empresas de la muestra desarrollan proyectos medioambientales. Tan sólo dos sectores son ajenos a este tipo de inversión. En total se han identificado 1.911 proyectos de los que un total de 621 están desarrollados por Petrobras y 318 adicionales, se desarrollan por parte de empresas pertenecientes a sectores industriales cuya actividad tiene un fuerte impacto medioambiental. Así por ejemplo, el sector de energía eléctrica desarrolla el 10,68% de los proyectos identificados (10 empresas y 204 proyectos), seguido del sector de papel y celulosa con 4 empresas y 59 proyectos (3,09% del número total de proyectos identificados) y explotación minera con 55 proyectos desarrollados por una sola empresa (2,88% del número total de proyectos identificados);

Desarrollo Profesional: En esta categoría se han identificado un total de 1.121 proyectos repartidos en 20 de los 21 sectores representados en la muestra. El 75% de las empresas analizadas (36 de 48) invierten en proyectos destinados al *desarrollo profesional* de sus empleados. Además, de los 1.121 proyectos identificados la mayoría (565 en total, es decir, el 50,4% del total) son desarrollados por Petrobras. La gran inversión en proyectos de *desarrollo profesional* del sector de Petróleo, gas y bio-diesel está relacionada con el nivel de complejidad de las actividades desarrolladas por este sector y la necesidad de invertir en la formación de sus trabajadores. Excluyendo a este sector, los proyectos de *desarrollo profesional* en números significativos están entre los sectores material del transporte y siderurgia y metalurgia.

Ciudadanía: Un total de 47 empresas de la muestra (98%) invierten en proyectos sociales de esta naturaleza. Una vez más, de los 3.037 proyectos identificados, el 65,3% de ellos (1.983 proyectos) son desarrollados por Petrobras. Los 1.054 proyectos restantes se distribuyen entre empresas de otros diecinueve sectores industriales, entre los que destacan el de siderurgia y metalurgia y material del transporte.

Comunidad: Las 47 empresas que invierten en proyectos de esta naturaleza representan el 98% de la muestra total. Una vez más, el sector de petróleo, gas y bio-diesel es el más involucrado en este tipo de proyectos, con un total de 808 proyectos (37,4% de los proyectos de esta categoría). Junto a él, el sector de siderurgia y metalurgia, material del transporte, el sector eléctrico y el financiero, también destacan en número de proyectos.

Cultura: Un total de 45 empresas de la muestra (94%) invierten en 4.528 proyectos culturales. El sector de petróleo, gas y bio-diesel es el líder en inversión cultural con 2.201 proyectos (48,6% de 4.528), seguido del sector financiero y energía eléctrica, con 1.157 y 519 proyectos respectivamente, (25,55% y 11,46%). Las empresas menos involucradas en este tipo de proyectos pertenecen al sector de alimentación, médico, servicios diversos y holding.

Educación: El área de inversión en educación cuenta con 1.363 proyectos desarrollados en su mayoría por las empresas del sector de petróleo, gas y bio-diesel con 461 proyectos (33,82%), seguido del sector siderúrgico/metalúrgico con 325 proyectos (23,84%).

Salud: Las empresas que invierten en este tipo de proyectos son el 33,33% de la muestra (16 empresas). En total, durante el período muestral se desarrollaron 789 proyectos de los que 222 son ejecutados por el sector de siderúrgico/metalúrgico (28,14% de 789), seguido del sector material del transporte (21,29%), petróleo (15,72%) y financiero (9%).

Empleados: En esta categoría se han identificado un total de 959 proyectos repartidos en 15 de los 21 sectores representados en la muestra. El 87,5% de las empresas analizadas (42 de 48) invierten en el personal de la empresa. Además, de los 959 proyectos identificados 264 (27,53% del total) son desarrollados por Petrobras, seguido del sector siderúrgico/metalúrgico con 4 empresas y 189 proyectos (19,71% del total) y del sector energía eléctrica con 10 empresas y 127 proyectos (13,24% del total). Las empresas menos involucradas en este tipo de proyectos pertenecen al sector de alquiler de coches, tabaco y explotación de carreteras.

Categorías restantes (deporte, *proveedores*, consumidores/clientes): El número de proyectos en estas tres categorías restantes es significativamente inferior, especialmente para la categoría de

consumidores/clientes, donde sólo 8 empresas de la muestra invierten en un total de 11 proyectos. La categoría de “Proveedores” presenta un interés superior con 161 proyectos repartidos entre 32 empresas, destacando una vez más Petrobras. No obstante, otros sectores como el financiero, eléctrico o el siderúrgico/metalúrgico, también están involucrados en el desarrollo de proyectos dentro de esta categoría. Finalmente, el área de “Deporte”, hay un total de 36 empresas de la muestra (75%) que invierten en actividades deportivas con un total de 341 proyectos. El sectores petróleo y siderúrgico/metalúrgico son los que desarrollan la mayor parte de los proyectos identificados, con un total de 121 (35,5%) y 119 proyectos (34,9%), respectivamente.

Tabla 6: Análisis temporal del número de proyectos identificados

Panel A: Análisis temporal del número de proyectos identificados para cada una de las 11 categorías identificadas.

Categoría de proyectos	2003	%	2004	%	2005	%	2006	%	2007	%	Total	%
1 - Medioambiental	282	13,53	448	14,26	349	11,83	412	12,50	420	8,56	1.911	11,67
2 - Desarrollo profesional	131	6,29	201	6,40	207	7,01	229	6,95	353	7,19	1.121	6,84
3 - Ciudadanía	204	9,79	234	7,45	566	19,18	962	29,18	1.071	21,82	3.037	18,54
4 - Comunidad	287	13,77	436	13,88	553	18,74	360	10,92	524	10,68	2.160	13,19
5 - Cultura	671	32,20	1.175	37,41	557	18,87	478	14,50	1.647	33,56	4.528	27,64
6 - Educación	171	8,21	226	7,20	233	7,90	386	11,71	347	7,07	1.363	8,32
7 - Salud	134	6,43	152	4,84	154	5,22	156	4,73	193	3,93	789	4,82
8 - Deporte	60	2,88	81	2,58	73	2,47	63	1,91	64	1,30	341	2,08
9 - Proveedores	9	0,43	11	0,35	52	1,76	44	1,33	45	0,92	161	0,98
10 - Consumidores y clientes	2	0,10	2	0,06	1	0,03	3	0,09	3	0,06	11	0,07
11 - Empleados	133	6,38	175	5,57	206	6,98	204	6,19	241	4,91	959	5,85
Total	2.084		3.141		2.951		3.297		4.908		16.381	

Panel B: sin Petrobras

Categoría de proyectos	2003	%	2004	%	2005	%	2006	%	2007	%	Total	%
1 - Medioambiental	198	13,62	243	14,81	275	14,50	266	14,43	308	13,28	1.290	14,09
2 - Desarrollo profesional	85	5,85	92	5,61	105	5,54	127	6,89	147	6,34	556	6,07
3 - Ciudadanía	189	13,00	198	12,07	205	10,81	220	11,93	242	10,44	1.054	11,51
4 - Comunidad	203	13,96	236	14,38	261	13,77	271	14,70	381	16,43	1.352	14,77
5 - Cultura	340	23,38	387	23,58	527	27,80	446	24,19	627	27,04	2.327	25,42
6 - Educación	156	10,73	187	11,40	190	10,02	174	9,44	195	8,41	902	9,85
7 - Salud	118	8,12	122	7,43	128	6,75	130	7,05	167	7,20	665	7,26
8 - Deporte	44	3,03	43	2,62	41	2,16	44	2,39	48	2,07	220	2,40
9 - Proveedores	9	0,62	11	0,67	19	1,00	21	1,14	22	0,95	82	0,90
10 - Consumidores y clientes	2	0,14	2	0,12	1	0,05	3	0,16	3	0,13	11	0,12
11 - Empleados	110	7,57	120	7,31	144	7,59	142	7,70	179	7,72	695	7,59
Total	1.454		1.641		1.896		1.844		2.319		9.154	

La Tabla 6 realiza un análisis temporal del número de proyectos identificados en cada categoría de inversión socio-ambiental identificada. El Panel A y B permite observar la evolución temporal del número de proyectos identificados en cada categoría de inversión, así como observar en cada año, qué categoría ha recogido un mayor número de proyectos. A diferencia del Panel A, en el Panel B se excluye la información de Petrobras que como ya se ha señalado, es la empresa de la muestra que desarrolla el 44,12% de los proyectos.

De forma consistente con los datos de la Tabla 6, el mayor número de proyectos se concentra en el área de cultura, donde se desarrollan más del 25% de los proyectos analizados. A esta área le siguen Comunidad, Ciudadanía y Medioambiente.

Si nos centramos en la evolución temporal del número de proyectos identificados en cada área, podemos observar que el mayor crecimiento se produce en la categoría de *proveedores* que pasa de 9 a 45 proyectos en el período 2003-2007 (crecimiento medio de 95,46%). Si bien no es la categoría más importante, sí es la que presenta un crecimiento mayor, seguido de las categorías de cultura (63,22% de crecimiento medio), *ciudadanía* (59,47%), clientes (37,50%) y *desarrollo profesional* (30,3%).

En el Panel B, se excluyen los proyectos realizados por la empresa Petrobras, observándose en este caso, cambios sustancialmente significativos en los crecimientos medios observados en cada una de las categorías de inversión analizadas. El crecimiento pasa a ser más constante en el tiempo. En la Tabla B, la categoría de clientes tiene el mayor crecimiento medio del período (37,5%), seguida de la categoría de proveedores (27,56%), cultura (18,8%), comunidad (17,82%), *desarrollo profesional* (14,77%), empleados (13,44%) y medioambiental (12,10%).

En líneas generales puede decirse que la inversión en RSC de las empresas brasileñas está enfocada hacia la cultura, la ciudadanía, la comunidad, el medioambiente y la educación, tanto de sus trabajadores como del conjunto de la sociedad, poniendo de manifiesto la importancia de la participación de las empresas para favorecer el bienestar colectivo. Además, el análisis detallado del contenido de los informes también sugiere que las empresas utilizan la responsabilidad social como estrategia competitiva para fortalecer su imagen institucional, a través del marketing social. El nivel y la naturaleza de las inversiones realizadas dependen en gran medida del tipo de sector empresarial al que pertenece la empresa y en definitiva, de su actividad principal. Así por ejemplo, las empresas del sector minero, energía eléctrica, papel y celulosa o el sector petrolífero, realizan fuertes inversiones en medioambiente mientras que otros sectores como el sector financiero se centran en actividades relacionadas con la promoción de la cultura.

Los informes en RSC son un instrumento informativo más para la sociedad en su conjunto y en particular, para los principales usuarios de la información económico-financiera. Los informes de esta naturaleza tienen la capacidad de reflejar el lado social y humano de las empresas, su capacidad para respetar el medioambiente, sus proyectos sociales, su colaboración con todos los agentes de la cadena de suministro y su respecto a los clientes. La creciente importancia de la inversión social y medioambiental de las empresas hace que este tipo de informes se estén convirtiendo en un instrumento clave adicional para la toma de decisiones por parte de los *stakeholders*.

4.3. Análisis de la evolución de la inversión en RSC

Una vez analizados los proyectos, se ha realizado un análisis temporal de la inversión en RSC, agrupándola en tres indicadores: (1) indicador social interno (ISI); (2) indicador social externo (ISE) y (3) indicador medioambiental (IMA).

Indicador Social Interno (ISI): Engloba la inversión en los proyectos identificados bajo la categoría de *desarrollo profesional* (2), proveedores (9), consumidores y clientes (10) y empleados (11).

Indicador Social Externo (ISE): Refleja el nivel de inversión en proyectos destinados a la comunidad o sociedad en general, relacionados con la educación, la cultura, la salud, el deporte y el ocio, la lucha contra el hambre o la seguridad alimenticia. Más concretamente los proyectos relacionados con las categorías 3, 4, 5, 6, 7 y 8.

Indicador Medioambiental (IMA): Recoge la inversión en los proyectos identificados bajo la categoría medioambiental (1).

Tal y como puede observarse en el Gráfico 1, la inversión relacionada con los proyectos sociales internos aumentó un 81,03% pasando de 18,9 millones de reales en 2003 a 34,2 en 2007. Sin embargo, la inversión social externa tuvo un aumento aún mayor durante el período analizado, alcanzando un crecimiento del 120,8%. La inversión total en el año 2003 alcanzó los 78,5 millones

de reales y aumento progresivamente hasta 173,5 millones de reales en el año 2007. Las inversiones medioambientales tuvieron un incremento del 41,7 % en el periodo 2003-2007.

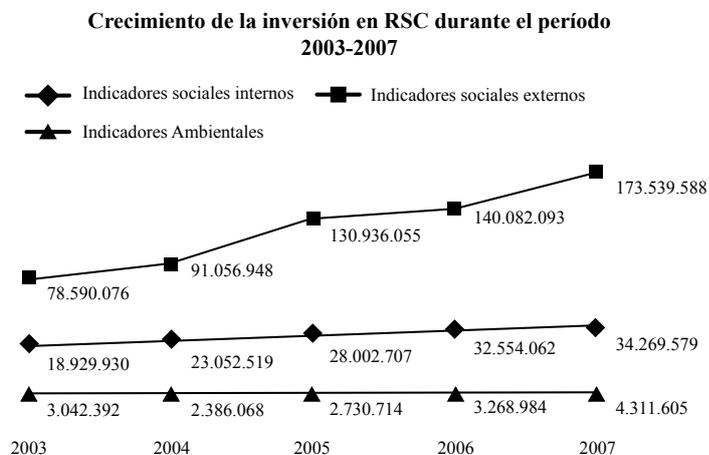


Gráfico 1: Crecimiento de la inversión en Responsabilidad Social Corporativa durante el período 2003-2007 (datos en Miles de Reales).

Si eliminamos Petrobras de la muestra (Gráfico 2), los resultados se ven afectados si bien la tendencia general de las tres áreas de inversión en el tiempo no se ve alterada. En el área de inversión en proyectos medioambientales se observa una tendencia de crecimiento más clara. En concreto, los datos reflejan un crecimiento de la inversión medioambiental del 211,09%. En lo que se refiere a los proyectos de inversión externa e interna se producen también ligeras variaciones. Así, como puede observarse en el gráfico 2, la inversión relacionada con los proyectos internos aumentó un 75,2% pasando de 14,8 millones de reales en el año 2003 a 25,9 en 2007. La inversión social externa tuvo un aumento mayor durante el período comparada con los datos del gráfico 1, alcanzando un crecimiento del 176%, pasando de 36 millones de reales en el año 2003 hasta 99,5 millones de reales en el año 2007.

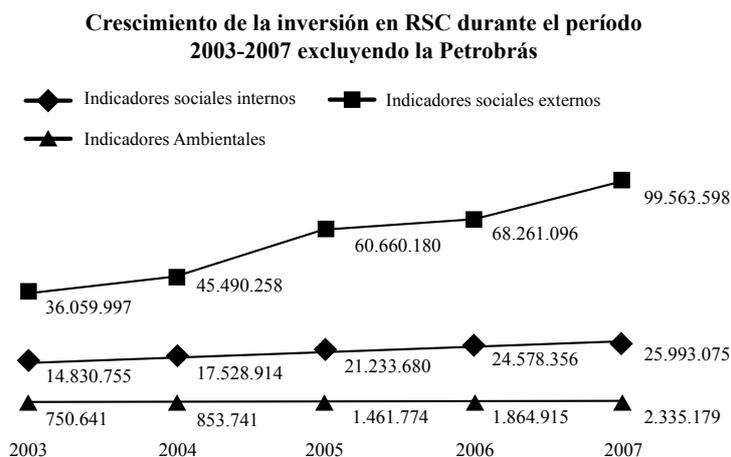


Gráfico 2: Crecimiento de la inversión en Responsabilidad Social Corporativa durante el período 2003-2007 excluyendo la empresa Petrobras (datos en Miles de Reales).

La tabla 7 presenta para cada sector industrial analizado, la tasa de crecimiento anual de cada una de las tres áreas tres grandes áreas de inversión. De forma consistente con los datos re-

cogidos en el Gráfico 1, la tasa media de crecimiento más alta corresponde a la inversión social externa con un 22,63%, seguido de la inversión interna (16,19%) y la inversión medioambiental con un 11,12%.

La Tabla 7 nos permite analizar la evolución de la inversión en RSC en cada uno de los sectores industriales analizados. Los resultados son consistentes con los proyectos identificados en la Tabla 6 y constatan el interés de las empresas por desarrollar proyectos íntimamente relacionados con la actividad principal que desarrollan. Podemos tomar como ejemplo el sector de transporte aéreo y ferrocarril, cuyas actividades afectan de forma directa al medio ambiente a través de la emisión de CO₂ en la atmósfera. Este sector es, junto a las empresas de productos de higiene personal, el que más ha aumentado su inversión medioambiental a lo largo del período analizado, si bien también es destacable el aumento de la inversión en otros sectores como el minero, siderúrgico o holding¹⁴. A diferencia de estos sectores, la inversión medioambiental se ha reducido en el sector petroquímico y en el de explotación de carreteras.

Tabla 7: Crecimiento medio de la inversión en responsabilidad social corporativa durante el período 2003-2007

Panel A: Indicadores medioambientales

Sectores	<i>crecimiento anual (%) del indicador ambiental</i>				Media
	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	I.MA
Agua y saneamiento	15,37	43,08	22,00	(1,99)	19,62
Transporte aéreo y ferrocarril	177,78	98,88	386,74	(61,87)	150,38
Explotación Minera	5,73	18,67	140,61	60,55	56,39
Petróleo, gas y bio-diesel	(33,12)	(17,21)	10,65	40,76	0,27
Siderurgia y metalurgia	3,59	277,43	(1,02)	35,81	78,95
Petroquímicos	-	-	(66,11)	1,31	(32,40)
Papel y Celulosa	(62,26)	102,93	(6,39)	(33,31)	0,24
Material del Transporte	24,54	39,29	59,46	(12,77)	27,63
Energía Eléctrica	143,66	(16,00)	41,43	5,77	43,71
Financiero	(59,82)	83,13	14,19	14,39	12,97
Aseguradora	-	-	67,07	(48,03)	9,52
Maquinas y equipos industriales	(6,26)	60,59	(33,99)	94,43	28,69
Alimentación	1,83	54,53	39,02	11,41	26,70
Holding Diversificada	30,93	36,25	23,27	240,62	82,77
Embalaje	-	-	-	-	-
Explotación de carreteras	-	(2,59)	(20,34)	(27,24)	(16,72)
Servicios Diversos	-	-	-	-	-
Cigarrillos y fumo	109,02	(68,53)	0,28	71,82	28,15
Alquiler de coches	-	-	-	-	-
Productos de higiene personal	148,31	89,76	(60,16)	317,38	123,82
Media	(21,57)	14,44	19,71	31,89	11,12

¹⁴ El aumento de la inversión medioambiental del sector "Holdings Diversificadas" (representado por la empresa Ultrapar) está relacionado con una mejora en los procesos de aprovechamiento de recursos naturales a partir del año 2006. La empresa utilizó programas y proyectos de preservación ambiental para reducir y controlar la emisión de contaminantes y la basura industrial. Además, optimizó el uso de materias-primas limpias y adoptó el reciclaje, además de concienciar a sus *stakeholders* sobre la importancia del medio ambiente.

Panel B: Indicadores sociales externos

Sectores	<i>crecimiento anual (%) del indicador externo</i>				Media
	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	I.EXT.
Agua y saneamiento	2,82	35,93	16,65	12,61	17,00
Transporte aéreo y ferrocarril	49,81	11,72	50,71	(12,62)	24,91
Explotación Minera	1,61	96,24	46,08	4,29	37,05
Petróleo, gas y bio-diesel	7,14	54,23	2,20	3,00	16,64
Siderurgia y metalurgia	138,16	13,22	(10,14)	299,98	110,31
Petroquímicos	-	-	3,78	(11,84)	(4,03)
Papel y Celulosa	(30,28)	19,93	(18,09)	40,19	2,94
Material del Transporte	(3,23)	(3,44)	35,61	(40,66)	(2,93)
Energía Eléctrica	24,43	21,89	27,88	2,65	19,21
Financiero	11,37	49,81	4,85	26,05	23,02
Aseguradora	-	-	23,81	14,57	19,19
Maquinas y equipos industriales	19,89	22,93	9,97	74,02	31,70
Alimentación	46,25	174,93	(4,04)	29,92	61,77
Holding Diversificada	37,32	4,13	(61,91)	269,51	62,26
Embalaje	-	-	-	-	-
Explotación de carreteras	-	-	-	29,18	29,18
Servicios Diversos	-	-	(12,04)	(100,00)	(56,02)
Cigarrillos y fumo	12,30	4,79	2,34	16,87	9,07
Alquiler de coches	-	-	-	38,57	38,57
Productos de higiene personal	-	-	-	6,32	6,32
Media	15,86	43,80	6,99	23,88	22,63

Panel C: Indicadores sociales internos

Sectores	<i>crecimiento anual (%) del indicador interno</i>				Media
	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	I.INT
Agua y saneamiento	10,50	0,52	16,24	(0,65)	6,65
Transporte aéreo y ferrocarril	46,17	21,42	30,70	45,89	36,05
Explotación Minera	28,87	14,04	(14,65)	126,03	38,57
Petróleo, gas y bio-diesel	34,75	22,55	17,83	3,77	19,72
Siderurgia y metalurgia	27,82	38,93	34,89	(46,36)	13,83
Petroquímicos	-	-	20,65	20,98	20,81
Papel y Celulosa	23,96	16,73	(0,11)	(2,76)	9,46
Material del Transporte	40,14	5,86	8,32	28,63	20,74
Energía Eléctrica	10,63	13,27	14,36	(16,50)	5,44
Financiero	14,25	18,05	16,01	8,35	14,17
Aseguradora	-1	-	25,66	(3,74)	10,96
Maquinas y equipos industriales	30,78	6,27	23,74	18,24	19,76
Alimentación	34,28	25,93	12,03	18,23	22,62
Holding Diversificada	19,25	(4,73)	17,72	29,62	15,47
Embalaje	42,12	4,32	10,01	(100,00)	(10,89)
Explotación de carreteras	-	53,54	(20,18)	51,18	28,18

Servicios Diversos	-	-	4,51	(100,00)	(47,75)
Cigarrillos y fumo	11,11	19,23	18,85	7,76	14,24
Alquiler de coches	-	-	53,18	14,13	33,65
Productos de higiene personal	101,15	60,94	2,77	60,35	56,30
Media	21,78	21,47	16,25	5,27	16,19

Respecto a la inversión externa en RSC creció de forma significativa en el sector de siderurgia y metalurgia. Este crecimiento fue el resultado de un escenario de expansión y competitividad favorable para el sector a nivel mundial¹⁵, así como a la fuerte inversión realizada en proyectos educativos para la comunidad. Las empresas de este sector también desarrollaron proyectos en el área de deportes y salud. Junto a este sector también destaca el crecimiento de la inversión realizada por el sector de alimentación, que está centrada fundamentalmente en el área de deportes. Los proyectos relacionados con el deporte son una buena forma de divulgación de la marca y de la actividad de la empresa y este ha sido el principal objetivo de las empresas del sector de alimentación, que en los últimos dos años han invertido en el patrocinio de equipos deportivos en competiciones nacionales e internacionales. El sector holding también destaca por el crecimiento de la inversión externas, con la creación del proyecto educativo *Ultra Formare* que tiene como objetivo la formación profesional de jóvenes de clases sociales bajas, así como apoyar financieramente a instituciones de educación.

Finalmente, en el área de inversión interna en RSC las tasas de crecimiento de la inversión de los sectores son más moderadas, con reducciones tan sólo en sectores de baja inversión en RSC. Como se puede observar en el Panel C de la Tabla 7, el sector de servicios diversos disminuyó su inversión en el período 2006-2007 en un 100%, seguido del sector de embalaje con una reducción similar en el mismo período. Esta disminución se debe al hecho de que las empresas, principalmente las del sector de servicios diversos, eliminaron sus inversiones previas en proyectos de capacitación profesional de sus empleados. El sector de productos de uso personal (empresa Natura) tuvo el mayor crecimiento medio de inversión interna en el periodo (56,3%), que se justifica por las inversiones en programas de educación, y de calidad de vida de sus empleados, así como por el desarrollo de programas de entrenamiento del equipo de ventas de la empresa.

Es importante que las empresas desarrollen proyectos cuyo principal objetivo esté siempre relacionado con su actividad principal. Es decir, deben evitar invertir en proyectos que no tengan vínculo con la actividad de la empresa, su estrategia de desarrollo y crecimiento o su imagen de marca ante los consumidores. Las buenas prácticas deben también venir acompañadas de una buena gestión de la RSC. Un ejemplo claro es el caso de las empresas del sector de transporte aéreo y ferrocarril donde 31 proyectos están destinados al acompañamiento de la salud de sus empleados como, pilotos de aviones, conductores de camiones y trenes. Las consecuencias derivadas del estrés que pueden llegar a sufrir estos profesionales hace imprescindible proteger su salud para evitar bajas laborales que afecten tanto la propia empresa como al conjunto de la sociedad. Otro ejemplo es del sector de explotación de carreteras con 12 proyectos específicos de formación a los empleados en funciones operacionales, tales como la manipulación de productos peligrosos; prevención de accidentes del trabajo; atención al usuario en las carreteras; entrenamiento operacional en cuestiones de recaudación monetaria; atención pre-hospitalaria en caso de accidentes en carreteras, entre otros.

5. CONCLUSIONES

En los últimos años, la responsabilidad social corporativa (RSC) ha evolucionado muy rápidamente en el universo empresarial brasileño. En sus inicios, la filantropía dio lugar a proyectos de voluntariado y a la inversión social en las comunidades del entorno empresarial. Más tarde, tomaron

¹⁵ Según datos del Instituto Brasileño de Siderurgia (IBS, 2007), en el periodo comprendido entre los años 1994 y 2006, el sector siderúrgico hizo inversiones en la orden de US\$ 18,9 billones.

protagonismo la ética y la transparencia con los agentes interesados en la actividad empresarial. En definitiva, el objetivo era mostrar que la RSC es, en la práctica, sinónimo de buena gestión. En la actualidad, la mayor preocupación de las empresas surge en torno a la sostenibilidad. En definitiva, las cuestiones ambientales y sociales, que muchas veces fueron ignoradas por las organizaciones, son en la actualidad parte de sus estrategias. En todos los sectores empresariales analizados el debate se encuentra en cómo transformar la sostenibilidad en una oportunidad.

Como ya ha quedado señalado previamente, el objetivo de este trabajo es analizar los avances en responsabilidad social en Brasil, haciendo énfasis en el tipo de información presentada y el nivel de las inversiones realizadas durante el período 2003-2007. El análisis empírico está basado en el contenido de los informes de RSC publicados por un total de 48 empresas cotizadas en Bovespa, que apuestan e informan sobre sus actividades a favor de la RSC.

Los resultados del análisis empírico ponen de manifiesto que en el contexto empresarial actual en el que la RSC alcanza un creciente interés, está cambiando la forma en que las organizaciones empresariales desarrollan sus productos y se relacionan con el entorno. En concreto, en el área medioambiental las empresas de la muestra priorizan los "productos responsables" y las tecnologías de producción "limpias" y con un impacto ambiental reducido. Asimismo, la gran mayoría adopta el discurso del "marketing responsable" y del "consumo consciente", desarrollando proyectos relacionados con el impacto de su actividad principal en la sociedad.

De acuerdo al contenido de los informes anuales analizados, las prioridades y desafíos estratégicos se relacionan con el desarrollo de los recursos humanos a través del desarrollo profesional; el aumento de la calidad de los procesos, productos y servicios; la inversión en innovación, la investigación y desarrollo; el crecimiento y expansión del negocio geográficamente y la reducción de costes. Para el desarrollo de estas estrategias las empresas son conscientes de la necesidad de invertir en la calidad de la atención al cliente, la educación, en las relaciones con proveedores y terceros, en la salud y seguridad de los empleados, así como en el análisis del riesgo socio-ambiental de las actividades de la empresa.

Finalmente, el análisis empírico también pone de manifiesto la falta de uniformidad en la presentación de los informes de RSC presentados por las empresas, debido a la ausencia de una estructura o un formato normalizado para su publicación. En este sentido, se pone de manifiesto la necesidad de potenciar un formato único de presentación de este tipo de informes. Los resultados de esta investigación confirman la necesidad de establecer unos patrones mínimos de presentación basados en los indicadores GRI (*Global Reporting Initiative*) que constituyen en el momento actual, el formato de presentación más completo de ese tipo de informes, adaptable a empresas de tamaños, países y sectores industriales diferentes.

REFERENCIAS

ADAMS, C. A.; HILL, W. ; ROBERTS, C. B. 1998. Corporate social reporting practices in Western Europe; legitimating corporate behaviour? **The British Accounting Review**, 30 (1):1-21.

ANDRADE, J. C. S.; MARINHO, M. M. O.; CARDOSO, L. F. ; SALATIEL, M. 2002. Relatório sócio-ambiental corporativo e produção sustentável. In: Anales DO XXXVII CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE ESCOLAS DE ADMINISTRAÇÃO (CLADEA), Porto Alegre, 2002, 22-25 p.

ARAÚJO, F. J. 2003. Auditando o balanço social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, XXXII (140): 83-89.

BALANÇO SOCIAL. Disponible en: <http://www.balancosocial.org.br>. Acceso en: 12/10/2006.

BATISTA, H. M. 2000. Balanço social: uma mudança de estratégia a favor da política social. In: XVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE. Goiânia.

CARNEIRO, G. A. S. 1994. Balanço Social: Histórico, Evolução e Análise de Algumas Experiências Seleccionadas. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas.

CARROL, A. B. e BUCHHOLTZ, A. K. 2000. Business & Society: Ethics and Stakeholder Management, 4ª ed. South-Western College Publishing, Cincinnati.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. Dados e Publicações CVM. **Balanço Social: A posição da CVM**. Disponible en: <http://www.cvm.gov.br>. Acceso en: 25/11/2006.

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. **Libro verde: promover un cuadro europeo para la responsabilidad social de las empresas**. Bruselas, 18.7.2001. COM (2001) 366 final.

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible. Bruselas, 2/7/2002. COM (2002) 347 final.

COMISIÓN EUROPEA. **Diez años de la Estrategia Europea de Empleo**. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. 2007 – 43 pp. – 17.6 x 25 cm. ISBN 978-92-79-06583-5.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução CFC nº 1.003/04 (NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental)**. Disponible en: <http://www.cfc.org.br>. Acceso en: 25/11/2006.

DIERKES, M.; ANTAL, A. B. 1985. The usefulness and use of social reporting information. **Accounting, Organizations and Society**, 10 (1):29-34.

ETHOS. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. **Guia de Elaboração do Balanço Social - 2002**. Disponible en: www.ethos.org.br. Acceso en: 28/11/2006.

FREIRE, F. S.; REBOUÇAS, T. R. S. 2001. **Uma Descrição Sucinta do Balanço Social Francês, Português, Belga e Brasileiro**. In: SILVA, C. A. T. e FREIRE, F. S. (Orgs.), Balanço Social: Teoria e Prática. São Paulo, Atlas, 176 p.

GONELLA, C. 1998. **Making values count: contemporary experience in social and ethical accounting, auditing, and reporting**. London, The Association of Chartered Certified Accountants.

GRI - Global Reporting Initiative. 2002. **Sustainability Reporting Guidelines**. Amsterdam.

GRI - Global Reporting Initiative. 2006. **Sustainability Reporting Guidelines**. Amsterdam.

GRI - Global Reporting Initiative. 2006. **Sustainability Reporting Guidelines on Economic, Environmental and Social Performance**. Disponible en: <http://www.globalreporting.org>. Acceso en: 29/10/2007.

IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. **Transformando a frieza dos números em responsabilidade social**. Disponible en: <http://www.ibase.br>. Acceso en: 12/10/2006.

INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY. Disponible en: <http://www.accountability.org.uk>. Acceso en: 15/10/2006.

KROETZ, C. E. S. 2000. **Balço social: teoria e prática**. São Paulo, Atlas, 162 p.

LEWIS, L.; UNERMAN, J. 1999. Ethical Relativism: A Reason for Differences in Corporate Social Reporting? **Critical Perspectives on Accounting**, 10 (4):521-547.

LINE, M; HAWLEY, H. ; KRUT, R. 2002. The development of Global Environmental and Social Reporting. **Corporate Environmental Strategies**, 9 (1):69-78.

MOREIRA, J. 2001. **Balço Social e Demonstração do Valor Adicionado como instrumentos gerenciais**. In: Anales DO SEMINÁRIO USP DE CONTABILIDADE I. São Paulo.

NEGRA, C. A. S; TEIXEIRA, F. S; CARMO, R. F. 2002. O balço social na gestão das instituições de ensino superior. **Revista Brasileira de Contabilidade**, 138 (6), 69- 87.

PRESTON, L. E. 1981. Research on corporate social reporting: Directions for development. **Accounting, Organizations and Society**, 6 (3):255-262.

REIS, C. N.; MEDEIROS, L. E. 2007. **Responsabilidade social das empresas e balço social: Meios propulsores de desenvolvimento econômico e social**. São Paulo, Atlas, 188 p.

ROBERTS, R. W. 1998. A stakeholder approach to the Corporate Single Audit. **Critical Perspectives on Accounting**, 9 (2):227-232.

SHAOUL, J. 1998. Critical financial analysis and accounting for stakeholders. **Critical Perspectives on Accounting**, 9 (2):235-249.

SIQUEIRA, J. R. M.; VIDAL, M. C. R. 2002. **Mensuração do impacto social das empresas: Uma abordagem qualitativa aos balanços sociais brasileiros**. In: Anales DO XXXVII CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE ESCOLAS DE ADMINISTRAÇÃO (CLADEA), Porto Alegre.

SIQUEIRA, J. R. M.. 2003. Balços Sociais Brasileiros: Uma Análise de seu Estágio Atual. In: Anales DO 3º CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, São Paulo.

SUTTON, S. G.; ARNOLD, V. 1998. Towards a framework for Corporate Single Audit: Meeting financial statement users' needs. **Critical Perspectives on Accounting**, 9 (2):177-191.

TEOH, H.; THONG, G. 1984. Another look at corporate social responsibility and reporting: An empirical study in a developing country. **Accounting, Organizations and Society**, 9 (2):189-206.

TINOCO, J. E. P. 2001. **Balço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações**. São Paulo, Atlas, 248 p.