

## RESPONSABILIDADE SOCIAL: RELAÇÃO ENTRE BENEFÍCIOS FISCAIS E VALORES GASTOS PELAS CORPORAÇÕES

*Daniel Fernandes, Leandro dos Santos Silva, Rodrigo Cássio Nunes E Rodrigo Vitor Vicente Ferreira.*

*Márcia S. R. Viana*

### RESUMO

O presente estudo trata de relacionar os valores desembolsados em responsabilidade social pelas empresas com os benefícios previstos na legislação vigente no Brasil. A pesquisa que lhe serviu de suporte utilizou o universo de 34 empresas listadas no índice de Sustentabilidade Empresarial- ISE da BOVESPA. Como se trata de um estudo pouco visto pela comunidade usou a pesquisa do tipo exploratória. A coleta de dados foi realizada através de pesquisa quantitativa com análise da documentação publicada pelas empresas relacionadas no ISE, mostrando que as empresas listadas neste índice, em sua maioria, investem acima dos limites estabelecidos por Lei em indicadores internos, já em relação aos agentes externos, verifica que a maioria investe recursos abaixo dos limites estabelecidos. Conclui, portanto, que fatores relacionados a indicadores internos, assim como fatores de interesse direto das empresas ultrapassam os limites estabelecidos pela legislação.

**Palavras Chaves** – Responsabilidade Social; Incentivos Fiscais; Índice de Sustentabilidade Empi

### INTRODUÇÃO

Este trabalho teve como objetivo relacionar os valores gastos em responsabilidade social pelas empresas, com os benefícios fiscais previstos pelas legislações na esfera Federal (Brasil).

O objetivo do estudo foi verificar se as empresas que aplicam recursos em projetos de responsabilidade social no Brasil observam os limites de incentivos fiscais oferecidos pela legislação brasileira para a decisão do montante a ser gasto.

A questão a qual este estudo propõe-se a investigar é: Os valores investidos socialmente limitam-se aos benefícios fiscais previstos na legislação?

O interesse na pesquisa partiu do ineditismo do estudo na área contábil, investigando a possibilidade de haver outras motivações em investir em responsabilidade social por parte das empresas, além do que vem sendo explorado em muitos estudos da área de administração e marketing, como a valorização da marca e/ou o desenvolvimento social responsável do ambiente externo.

Serão apresentados os benefícios fiscais previstos na legislação brasileira e os percentuais permitidos. A partir dos aspectos legais levantados, serão definidos os tópicos a serem avaliados para o *break-even point* entre o valor investido em Responsabilidade Social e os benefícios fiscais levantados.

Realizou-se uma pesquisa exploratória, tendo em vista a investigação mais exata quanto aos problemas sugeridos e obtenção de informações sobre possibilidades práticas de realização de pesquisas em situações de vida real, desenvolvida pelo método de estudo qualitativo, com o interesse de apenas

entender os procedimentos utilizados pela companhia. A coleta de dados objetivou a análise de indicadores internos de alimentação e indicadores externos de cultura e demais indicadores externos, extraídos dos balanços sociais das companhias e da demonstração de resultado do exercício, confrontados com os benefícios adquiridos pela adoção da política socialmente responsável. Como os valores de imposto de renda e contribuição social sobre o lucro líquido informados na Demonstração de Resultado do Exercício estão deduzidos dos benefícios, os resultados tendem a sub-avaliação de até 3,5%.

## **APLICAÇÃO DE RECURSOS EM RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Ashley (2001) define responsabilidade social como o compromisso das empresas para com a sociedade, através de atitudes positivas visando o benefício de modo amplo, ou de alguma comunidade de modo específico. A empresa assume obrigações sem vínculos com suas atividades e também não obrigadas por Lei a contribuir com o desenvolvimento sustentável da sociedade. Qualquer ação que visa melhorar a qualidade de vida das pessoas.

O conceito acima vislumbra nessa parceria a preocupação das corporações com os problemas sociais existentes. Porém, se o objetivo das corporações são gerar ganhos aos seus acionistas, que benefícios haveria de obter com a adoção dessa política?

Friedman (1962 apud Barbero e Fischmann, 2002) conceitua responsabilidade social corporativa como o conjunto de ações que visam maximizar o lucro dos acionistas dentro do limite da Lei. Sob esta ótica as corporações em menor intensidade se preocupam com a melhoria social da comunidade, e enxergam nisso uma oportunidade de melhoria em sua imagem institucional perante a sociedade, cada vez mais preocupada com os rumos da sociedade e do meio-ambiente.

Baseado nos conceitos levantados sobre responsabilidade social, as motivações foram subdivididas em duas vertentes, das quais uma prega a melhoria da imagem institucional da empresa, de sua marca e de seus produtos a outra demonstra real preocupação com os problemas existentes no ambiente social onde estão inseridas.

Para Chauvin e Hirschey (1994, apud Machado Filho, 2002) a ação filantrópica tem efeito positivo no valor de mercado das empresas. Os investidores estão mais dispostos a aplicar seus recursos em empresas que possuem uma reputação superior, em função dos menores riscos percebidos e potencial de marketing criado.

Para Orchis *et al.* (2002, apud Levek, *et al.*, 2005) praticar responsabilidade social pode melhorar o desempenho e a sustentabilidade da empresa a médio e longo prazo, agregando valor à imagem e proporcionando também motivação do público interno.

A importância das empresas adotarem a política de responsabilidade social nos dias de hoje é redundante, visto que não basta no mercado atual apenas ter qualidades nos produtos e serviços como garantia de sobrevivência.

Entretanto, é importante frisar casos os quais a motivação institucional em aplicar recursos em projetos socialmente responsáveis denota do interesse de melhoria de uma imagem maculada junto ao mercado.

Entre as companhias de capital aberto, nos últimos anos, tornou-se corrente o termo Governança Corporativa, que pode ser entendido como a estrutura de poder que rege os mecanismos pelos quais as companhias são dirigidas e controladas, ajustando interesses e conflitos entre os acionistas e dirigentes das empresas e entre os próprios acionistas, minoritários e majoritários (GARRIDO, *et al.*, 2005).

A preferência que alguns investidores demonstram por empresas que adotam princípios de justiça, transparência, responsabilidade social e ética na condução de seus negócios demonstra um fator importante e significativo de relacionamento entre os acionistas e seus agentes externos. Porém, dependendo do ambiente no qual a empresa está inserida, o desenvolvimento social da comunidade representaria não somente um fator de valorização da marca, como também acarretaria em potencial produtivo e, conseqüentemente, econômico (GARRIDO, *et al.*2005).

Sobre o ponto de vista social, há várias maneiras de demonstrar benefícios tangíveis de um gasto, principalmente quando este é planejado (FONTES, 2005).

Para Fontes (2005) com a melhoria do nível de escolaridade, o nível de produtividade econômica cresce consideravelmente. Crianças que efetivamente passam de série escolar serão muito mais produtivas e a conseqüência disto será a geração de riquezas econômicas como demonstrado na tabela a seguir.

**Tabela 1 – Análise do Ganho Educação X Produtividade**

ANOS DE ESCOLARIDADE	SALÁRIO	AUMENTO DA PRODUTIVIDADE *
2,0	1,55	40%
5,5	2,39	54%
9,0	3,51	47%
12,5	5,59	59%
15,0	11,63	108%

\*aumento da produtividade em relação ao nível de escolaridade imediatamente anterior.

FONTE: John Snow do Brasil com indicadores do IBGE (*apud* FONTES, 2005).

Santos (2004) destaca:

Grande parte das empresas que acreditam ser socialmente responsável praticam, na realidade, caridade e paternalismo, sejam por iniciativa de pessoas, de unidades corporativas ou de seus dirigentes. Para alguns especialistas, quando uma empresa atende a todos os requisitos legais quanto ao corpo funcional, ao meio ambiente e aos direitos dos consumidores, está atingindo um primeiro estágio de responsabilidade social. No entendimento da maioria dos estudiosos, porém, quando as atividades não estão vinculadas ao planejamento estratégico empresarial, não está caracterizada à responsabilidade social corporativa (Revista FAE Business, nº. 09, 2004, p.33).

Não há divisões entre problemas que estão fora e dentro das empresas, as empresas devem contribuir ativamente com as soluções e estas devem ser compartilhadas com a sociedade.

## **BENEFÍCIOS FISCAIS**

No Brasil, há três regimes de tributação para o Imposto de Renda que podem ser adotados pelas pessoas jurídicas: Simplificado – Simples, o Lucro Presumido ou Arbitrado, e o Lucro Real. Tanto o

Simplex como o Lucro Presumido ou Arbitrado, utilizam como parâmetro para o cálculo do tributo à receita bruta.

No Lucro Real o parâmetro é o lucro fiscal, obtido após adições, deduções e compensações sobre o lucro líquido, ou seja, se houver prejuízo fiscal não haverá imposto a recolher.

Boa parte destes benefícios está concentrada apenas no IRPJ e na Contribuição Social, os dois principais impostos diretos da União.

### **Limites de dedução– IRPJ**

Higuchi (2006) destaca que a dedução global foi dividida, com a redação dada pelo art. 10 da MP 2189-49/01 aos arts. 5.o e 6.o da Lei 9532/97, em dois grupos. A subdivisão apresentada abaixo contempla apenas os tributos objeto de análise da pesquisa:

#### **Quadro 1 - Divisão de grupos com limites de dedução global de 4% do IRPJ**

1.o Grupo:	2.o Grupo:
- PAT – Lei 6.321/76	- Cultura – Lei 8.313/91
- Lei de Incentivo ao Esporte – Lei 11.438/06	- Audiovisual – Lei 8685/93 e Art. 44 da MP 2.228/2001

Fonte: Hiromi Huguchi – Imposto de Renda das Empresas 2006

Com isso, é possível a empresa deduzir do imposto de renda devido 4% do PAT e mais 4% do incentivo da atividade cultural ou 3% do audiovisual e outros incentivos que não estão no limite global, como doações para o fundo da criança, de 1% (HIGUCHI, 2006).

Portanto, as deduções sobre o imposto devido estão limitadas a 8% sobre o IRPJ devido á base de cálculo de 15%, salientando que, sobre o adicional de 10%, não é permitida nenhuma espécie de dedução.

## Quadro 2 - Resumo dos Incentivos Fiscais Brasileiro

Incentivo	Esfera	Tributo	Objeto	Dedução do Imposto Devido	Limites para Registro como despesa operacional
Entidades civis sem fins lucrativos	Federal	IRPJ e CSLL	Doações a Entidades sem fins lucrativos, constituídas no país, que prestam serviços gratuitos em benefício de empregados da pessoa jurídica doadora ou da comunidade onde atuem.	não há dedutibilidade	2% do Lucro Operacional
PAT - Programa de Alimentação do Trabalhador	Federal	IRPJ	Gastos com alimentação do trabalhador	100% do gasto limitado a 4% do Imposto Devido	100% do Gasto
Lei de Incentivo ao Esporte	Federal	IRPJ	Doações ou patrocínios a projetos desportivos e para-desportivos.	100% do gasto limitado a 1% do imposto devido.	Não é permitido abatimento
Entidades de ensino e pesquisa	Federal	IRPJ e CSLL	Doações a Instituições de ensino e pesquisa.	100% do gasto limitado a 4% do Imposto Devido	1,5% do Lucro Operacional
OSCIPIs - Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público	Federal	IRPJ e CSLL	Doações a Entidades sem fins lucrativos, constituídas no país, que prestam serviços gratuitos em benefício de empregados da pessoa jurídica doadora ou da comunidade onde atuem.	Não há dedutibilidade	2% do Lucro Operacional
Para realização de projetos culturais	Federal	IRPJ	Doações e patrocínios a projetos culturais	100% do gasto limitado a 4% do Imposto Devido	100% do Gasto
Atividade audiovisual	Federal	IRPJ	Doações, Patrocínio e Gasto em projetos Audiovisuais.	100% do gasto limitado a 3% do Imposto devido.	100% do Gasto
Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente	Federal	IRPJ	Doações a Fundos Municipais, Estaduais e Federais mantidos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente.	100% do gasto limitado a 1% do imposto devido.	Não é permitido abatimento

Fonte: Elaborado, a partir das informações obtidas sobre as respectivas legislações, pelos autores.

## **Demonstrativos contábeis voltados a indicadores sociais**

No Brasil, as companhias costumam divulgar os seguintes demonstrativos sobre Responsabilidade Social:

### **Demonstrativo do Valor Adicionado – DVA**

O demonstrativo do valor adicionado, baseado no modelo estatístico de apuração do Produto Interno Bruto (PIB), fornecendo o destino da riqueza gerada pela companhia, apontando: recursos aplicados na remuneração de empregados; geração de tributos ao governo; remuneração do capital de terceiros (juros); e remuneração do capital próprio (dividendos).

A lei 11.638/07, em alteração a dispositivos da lei 6.404/76, torna obrigatória a partir do exercício contábil findo em 31 de dezembro de 2008 a divulgação do Demonstrativo do Valor Adicionado como parte integrante das demonstrações contábeis para as empresas de grande porte.

### **Balanço Social modelo IBASE**

A partir de 1990 foi criado o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), tendo como um de seus fundadores e principal articulador o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho.

Em 1997, também por Betinho, com o apoio de lideranças empresariais, da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), do jornal Gazeta Mercantil, de empresas (Banco do Brasil, Usiminas, entre outras) e de suas instituições representativas (FIRJAN, ABRASCA, ABAMEC, FEBRABAN, etc), a campanha nacional em favor da divulgação do balanço social em um modelo único e simples, nesse sentido desenvolveu em parceria com as empresas públicas e privadas e diversos setores da sociedade um modelo hoje utilizado por boa parte das empresas brasileiras que divulgam seu Balanço Social.

O Balanço Social modelo IBASE possui maior riqueza de detalhes sobre a aplicação de recursos, detalhando o montante aplicado em: indicadores sociais internos (relacionado ao corpo funcional da empresa); indicadores sociais externos (relacionado à sociedade em geral); e indicadores ambientais. Estes são comparados com a receita bruta, com o lucro bruto, e com a remuneração total paga aos funcionários durante o exercício. Este demonstrativo ainda apresenta os indicadores do corpo funcional, no qual avalia a quantidade e a faixa salarial dos profissionais em relação a sexo, cor e idade, além de analisar indicadores voltados ao exercício da cidadania empresarial, relacionando a maior e a menor remuneração paga aos funcionários e demais fatores voltados ao ambiente interno da empresa.

### **Coleta de Dados**

A técnica de coleta de dados utilizada foi a de análise de documentos com informações relativas ao lucro operacional e provisão de imposto de renda e informações relacionadas aos benefícios aplicados em projetos socialmente responsáveis.

Após a obtenção dos dados foi realizado procedimento de análise de conteúdo, tal como proposto nas pesquisas qualitativas, visando à obtenção de categorias e os resultados foram apresentados como uma forma descritiva.

Coletou-se das Demonstrações de Resultado do Exercício a provisão de Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e de Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) e o Lucro Operacional. Foi extraído dos Balanços Sociais, buscando a sistemática de leitura do modelo IBASE, dos indicadores internos, o total aplicado em alimentação, e dos indicadores externos segregou-se o total aplicado em cultura, esporte e, quando mencionado, os valores depositados no Fundo da Criança e do Adolescente. Aos demais gastos dos indicadores externos, consideraram-se como as doações previstas nos incisos I e II do artigo 365 do decreto lei 3000 de 1999 – Regulamento do Imposto de Renda.

Conforme demonstrado no Apêndice A para a constituição do valor do benefício adquirido, apurou-se a proporção de 44% **(i)** da provisão de IRPJ e de CSLL – quando informado o IRPJ em separada a CSLL, a proporção foi elevada a 60% **(ii)**, pois este valor representa a base de cálculo do Incentivo Fiscal, se considerada seguinte distribuição:

- CSLL – 9%;
- IRPJ – 15% (base de cálculo dos benefícios fiscais relacionados ao Imposto devido); e;
- Adicional IRPJ – 10% (este percentual não permite dedução).

Posteriormente fora extraído 4% sobre a proporção sugerida, percentual máximo de abatimento permitido pela legislação.

Pelo fato da legislação aceitar, além do abatimento, o reconhecimento do recurso aplicado como despesa operacional, foi acrescido ao benefício adquirido o montante de 34% sobre o valor aplicado (9% CSLL+15% IRPJ+10%Adicional IRPJ).

Para o total aplicado em cultura, informado nos indicadores externos dos balanços sociais, utilizou-se mesma sistemática aos indicadores internos de alimentação.

No caso dos valores depositados em Fundos da Criança e do Adolescente, adotou-se a mesma regra utilizada para os indicadores de alimentação e cultura, exceto ao acréscimo de 34%, devido a sua natureza caracterizar-se antecipação de tributo.

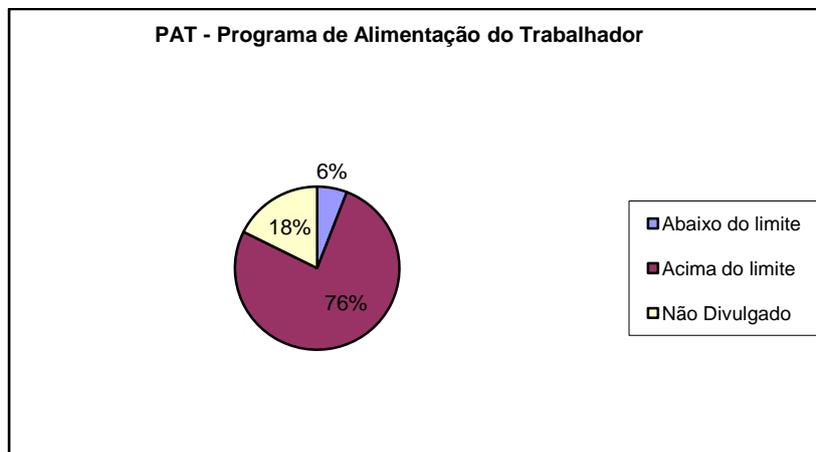
Quando informado o montante depositado em Fundos da Criança e do Adolescente, fora reduzido 1% dentre os 4% do grupo com menor utilização de benefício adquirido.

Para os demais indicadores externos, fora apurado o percentual de 2% sobre o lucro operacional para designar o valor do benefício adquirido.

Não efetuamos análise acerca dos benefícios oriundos à Lei de Incentivo ao Esporte, pois foi promulgada posteriormente ao período analisado.

## **RESULTADO E ANÁLISE DOS DADOS**

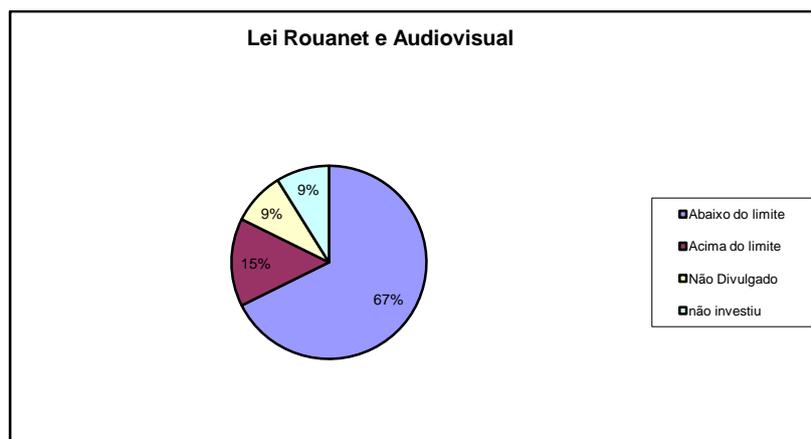
A seguir serão apresentados os resultados da pesquisa realizada, através de quadros divididos em: PAT-Programa de Alimentação do Trabalhador, Lei Rouanet e Audiovisual, Fundo da Criança e do Adolescente, e demais indicadores externos - doação.

**Figura 1 – PAT – Programa de Alimentação do Trabalhador**

Fonte: Elaborado, a partir das informações obtidas sobre as empresas, pelos autores.

A figura 1 demonstra que as empresas costumam ultrapassar os limites estabelecidos pela legislação sobre o programa de alimentação do trabalhador. Importante ressaltar que este gasto é considerado como despesa operacional e a dedução do valor investido poderá ocorrer no limite de até dois anos. Outro fator que explicaria essa extrapolação seria o fato de, em negociações coletivas de trabalho, sindicatos negociarem aumento de vales refeição e alimentação superior ao dissídio salarial. Nesta situação a empresa além de usufruir os incentivos também se beneficia ao excluir estes valores da base de cálculo para provisão de férias, décimo terceiro salário, contribuição previdenciária patronal e fundo de garantia por tempo de serviço.

Casos como o mencionado devem ser avaliados, pois este não estará disponível e nem mesmo fará parte da base de cálculo para a aposentadoria do trabalhador.

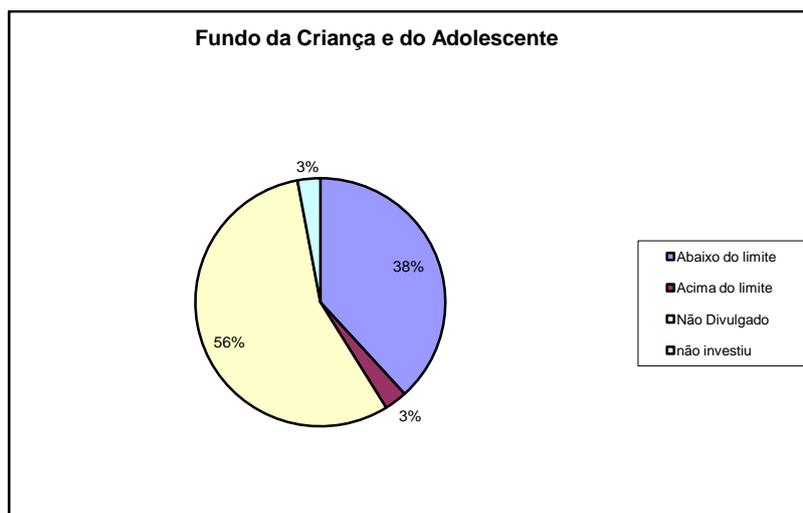
**Figura 2 – Lei Rouanet e Audiovisual**

Fonte: Elaborado, a partir das informações obtidas sobre as empresas, pelos autores.

Na figura 2, ao contrário da anterior, é possível verificar que as empresas, em sua grande maioria, aplicam abaixo do limite estabelecido pela legislação. Em relação às empresas que investiram acima do limite destacamos que:

- 40% referem-se a empresas públicas. Destes, 50% aplicaram recursos exacerbadamente acima do limite permitido pela legislação e os outros 50% aplicaram recursos próximos ao limite da legislação. Tal fato pode indicar a intervenção do poder público em políticas sociais mediante suas empresas estatais, porém a aplicação destes recursos em limites acima do praticado por outras estatais indicaria a utilização da máquina pública para desvio de verbas e favorecimento.
- 20% apresentaram prejuízo fiscal em 2006,
- 20% aplicaram ligeiramente acima do limite estabelecido e;
- 20% utilizaram de gastos aplicados à cultura como estratégia de marketing, conforme os programas informados nos respectivos balanços sociais. O acesso a este evento foi restrito a membros da classe A e B da população devido ao elevado valor cobrado pelos ingressos. O projeto foi desenquadrado pelo Ministério da Cultura para fins de benefícios da Lei Rouanet.

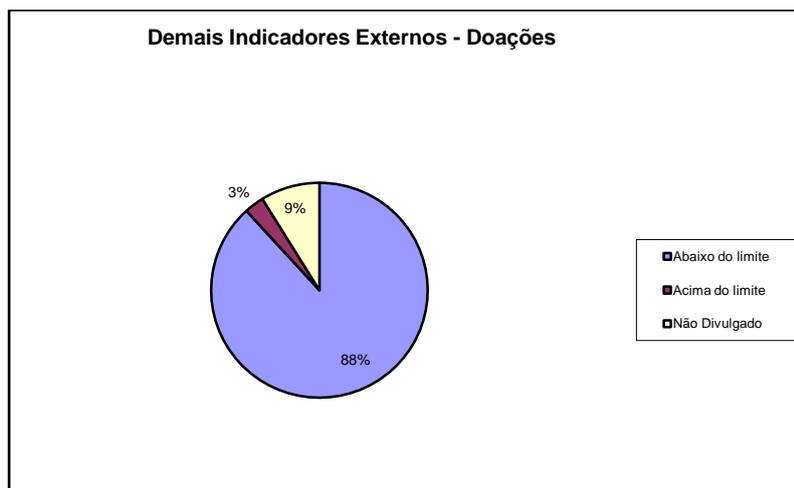
**Figura 3 – Fundo da Criança e do Adolescente**



Fonte: Elaborado, a partir das informações obtidas sobre as empresas, pelos autores.

Na figura 3 destacamos que as empresas não costumam divulgar detalhes do montante depositado no fundo da criança e do adolescente em seus balanços sociais. No entanto, como este benefício caracteriza antecipação de tributo, pelo fato de não ser possível seu reconhecimento como despesa operacional, observa-se que as empresas que divulgam esta informação aplicam abaixo do limite estabelecido pela legislação.

**Figura 4 – Demais Indicadores Externos - Doações**



Fonte: Elaborado, a partir das informações obtidas sobre as empresas, pelos autores.

Na figura 4 observa-se que, em relação a doações, as empresas em sua grande maioria aplicam abaixo do limite permitido pela legislação. Salienciamos que, sobre as empresas que aplicaram acima do limite, 100% refere-se a empresas públicas que aplicaram recursos bem acima dos limites estabelecidos pela legislação, o que indicaria a utilização de empresas estatais em desvio de verbas, lavagem de dinheiro e favorecimento.

## 5. CONCLUSÃO

Após análise dos dados apurados, conclui-se que as empresas costumam investir acima dos limites estabelecidos pela legislação em indicadores internos. Contribui para isso o fato destes gastos serem reconhecidos integralmente como despesa operacional e, conseqüentemente, dedutível à base de cálculo do IRPJ e CSLL; tais gastos representam, também, benefícios diretos aos seus colaboradores.

Em relação aos agentes externos, este estudo observa que as empresas, em sua grande maioria, aportam recursos abaixo dos limites estabelecidos pela legislação, com exceção a algumas estatais e quando o valor aplicado representa uma ferramenta estratégica de valorização institucional.

Nesse sentido, o estudo demonstra que, dos analisados, pouco menos que a metade são empresas públicas que, ao investirem acima ou próximo aos limites da legislação indicam ser importante aprofundar pesquisa para verificar eventual intervenção do poder público por meios que padecem de falta de clareza. Dos outros 60%, um terço utiliza a aplicação de modo a ter retorno do investimento em marketing, não configurando, portanto, uma clara ação de responsabilidade social; um terço se mantém praticamente no estrito limite da lei.

Nota-se assim, que os investimentos em responsabilidade social são, de fato, investimentos na mão de obra, que resulta em retorno em termos de produção; ou investimentos de retorno indireto, marketing ou interesse político.

Portanto, conclui-se que as empresas em sua grande maioria priorizam a aplicação de recursos socialmente responsáveis a fatores voltados ao público interno, buscando o retorno do montante aplicado na melhoria do clima organizacional e motivação dos colaboradores, em aumento de lucratividade aos acionistas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Livros

ASHLEY, Patrícia A: **Ética e Responsabilidade Social nas Empresas**. São Paulo: Saraiva, 2002.

CAMARGO, Mariângela Franco de. **Gestão do Terceiro Setor**. São Paulo: Futura, 2001.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

CESNIK, Fábio de Sá. **Guia do Incentivo a Cultura São Paulo**: Manole, 2001

FISCHER, Rosa Maria. **O desafio da colaboração: Práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor**. São Paulo: Gente, 2002.

HIGUCHI, Hiromi. **Imposto de Renda das Empresas 2006**. São Paulo: IR Publicações, 2006.

IUDICIBUS, Sergio: **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2000.

MALAGODI, Maria Eugênia; CESNIK, Fábio de Sá. **Projetos culturais**. São Paulo: Escrituras, 1999.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: O Caso Brasileiro**. São Paulo: Qualitymark, 2001.

MUYLAERT, Roberto. **Marketing cultural & Comunicação dirigida**. São Paulo: Globo, 2000.

ORCHIS, Marcelo Andrade, *et al.* **Responsabilidade Social das Empresas – Contribuição das Universidades**. São Paulo: Petrópolis, 2002.

RICHARDSON, Roberto. J. *et al.* **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

SZASI, Eduardo. **Terceiro Setor No Brasil: Regulação No Brasil**. São Paulo: Peiropolis, 2001.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balço Social: Uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

### Dissertações e Teses

BUFFARA, Lucia Cristina Bonkoski. **Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social: Um Estudo de Caso sobre o Boticário**. Tese de Mestrado, Florianópolis, 2003.

CRUZ, Lucia Maria Marcelino Santa. **Responsabilidade Social – Visão e Intermediação da Mídia na Definição do Público e do Privado**. Dissertação de Mestrado, Rio de Janeiro, 2006.

MACHADO FILHO, Cláudio Pinheiro. **Responsabilidade Social Corporativa e a Criação de Valores para as Organizações: Um Estudo Multicaso**, Dissertação de Mestrado, São Paulo, 2002.

NEPOMUCENO, Flavia. BARROS, Luiz Sergio. **É Ética a Utilização dos Resultados Proveniente do Uso da Responsabilidade Social Praticada Pelas Organizações Como Ferramenta de Auto-promoção?**, Dissertação de Mestrado, São Paulo, 2000.

### Monografias e Trabalho de Graduação

GARRIDO, Luciano; *et al.* **Governança Corporativa no Brasil: As melhores práticas presentes nas empresas brasileiras**. 2005. Disponível em: <http://www.ibgc.org.br/ibConteudo.asp?IDArea=332&IDp=10>> acesso em 27 de abril de 2007

FERNANDES, Daniel; SILVA, Leandro S.; FERREIRA, Rodrigo V.; NUNES, Rodrigo C. **Responsabilidade Social: Relação Entre Benefícios Fiscais e Valores Gastos Pelas Corporações**. Trabalho de graduação interdisciplinar apresentado ao Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2007.

### Anais de Congressos, Seminários e Encontros

BARBERO, Edson Ricardo; FISCHMANN, Adalberto Américo. **Responsabilidade Social Corporativa no Brasil: Projetos Esporádicos ou Elementos Estratégicos? - III IberoAmerican Academy of Management Congress**. Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, Brasil, 2003.

### Artigos de Revistas

SANTOS, Elenice Roginski: **Responsabilidade Social ou Filantropia?** – Revista FAE Business, Setembro de 2004.

### Parte de Revistas e Boletins

EXAME, Revista semanal de negócios. São Paulo: Ed. Abril, n. 669, 1998.

### Consultas Online

BARACHO, Maria Amarante Pastor; FÉLIX, Luiz Fernando Fortes. **Responsabilidade Social e Marketing Cultural**: Disponível em: <[http://www.fjp.gov.br/produtos/cehc/caderno\\_cehc8.pdf](http://www.fjp.gov.br/produtos/cehc/caderno_cehc8.pdf)> acesso em 14 de abril de 2007

BARBOSA, Maria Nazaré Lins. **Incentivos fiscais: uma abordagem ético-jurídica**. Disponível em: <[integracao.fgvsp.br/ano4/4/download/administrando.doc](http://integracao.fgvsp.br/ano4/4/download/administrando.doc)> acesso em 14 de abril de 2007

COSTA, Claudia Soares, VISCONTI, Gabriel Rangel. **Empresas, responsabilidade Corporativa e Investimento Social – Uma Abordagem Introdutória**. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/relato/social01.pdf>> acesso em 24 de abril de 2007

FONSECA, André. **Revista Cultura e Mercado - Um novo cenário para investimentos empresariais na cultura**. Disponível: <[www.culturaemercado.com.br](http://www.culturaemercado.com.br)> acesso em 27 de abril de 2007.

FONTES, Miguel. **Social não é gasto nem custo, é investimento**: Disponível: <[http://www.responsabilidadesocial.com/article/article\\_view.php?id=393](http://www.responsabilidadesocial.com/article/article_view.php?id=393)> acesso em 12 de março de 2007

PROSPERO, Daniela. **Menos de 6% das empresas se valem das leis de incentivo para apoiar social**: Junho 2004. Disponível: <<http://www.setor3.com.br>> acesso em 08 de agosto de 2007

SCHRODER, Débora de Souza; LOURENÇO, Alex Guimarães. **Vale Investir em Responsabilidade Social Empresarial? Stakeholders, Ganhos e Perdas**. Disponível em: <[www.ethos.org.br/docs/comunidade\\_academica/premio\\_ethos\\_valor/trabalhos/300\\_Alex\\_e\\_Debora.doc](http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/premio_ethos_valor/trabalhos/300_Alex_e_Debora.doc)>

UNIVERSIDADE Presbiteriana Mackenzie – **Manual do TGI 2007**. Disponível em: <<http://www.mackenzie.br/universidade/ccsa/tgi/TGI.htm>> acesso em 27 de abril de 2007.

### Home Page Institucional

GIFE – Grupo de Institutos Fundações e Empresas. Disponível: <<http://www.gife.org.br>> acesso em 08 de abril de 2007

SECRETARIA da Receita Federal. Disponível em: <[www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)> acesso em 01 de maio de 2007

BALANÇO Social.org. Disponível em: <[www.balancosocial.org.br](http://www.balancosocial.org.br)> acesso em 11 de maio de 2008.

### Legislação

LEI Estadual nº. 8.819 de 1994. Disponível em:  
<[http://www.al.sp.gov.br/staticfile/integra\\_ddiLei/Lei/1994/Lei%20n.8.819,%20de%2010.06.1994.htm](http://www.al.sp.gov.br/staticfile/integra_ddiLei/Lei/1994/Lei%20n.8.819,%20de%2010.06.1994.htm)>  
acesso em 01 de maio de 2007

LEI Municipal nº. 10.923 de 1990. Disponível em:  
<[www.prefeitura.sp.gov.br/arquivos/secretarias/cultura/Lei\\_de\\_incentivo/0006/uteis.rtf](http://www.prefeitura.sp.gov.br/arquivos/secretarias/cultura/Lei_de_incentivo/0006/uteis.rtf)> acesso em 01  
de maio de 2007

BRASIL. Constituição (1988). Atualizado até emenda constitucional N.º 38 de junho de 2002. Rio de Janeiro, Expressão e Cultura, 2002.

LEI nº. 8.313, de 23 de dezembro de 1991, Lei Rouanet. Disponível em: <[www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)>  
acesso em 01 de maio de 2007

LEI nº. 8.685, em 20 de julho de 1993, Lei do Audiovisual. Disponível em: <[www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)>  
acesso em 01 de maio de 2007

LEI 11.438 de 2006, Lei de Incentivo ao Esporte. Disponível em: <[www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)> acesso  
em 01 de maio de 2007

### **Decretos**

DECRETO Lei 3000/99. Disponível em: <[www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)> acesso em 01/05/2007.

**APÊNDICE A – Coleta de dados e avaliação.****Empresa X**

Lucro Operacional	825.200			
IRPJ/CSLL	296.500	15%	44% (i)	60% (ii)
		10%	29%	40%
		9%	26%	
<b>Benefícios adquiridos</b>		34%		
Alimentação - Indicador Interno	28.657	(a)		
Cultura - Indicador Externo	5.927	(b)		
Fundo da Criança e do Adolescente	1.308	(c)		
Demais Indicadores Externos	16.504	(d)		
<b>Valor Investido</b>				
Alimentação - Indicador Interno	68.936	52,7% (e)		
Cultura - Indicador Externo	5.891	4,50% (e)		
Fundo da Criança e do Adolescente	1.054	0,81% (e)		
Demais Indicadores Externos	2.013	0,24% (f)		
<b>Conclusão</b>				
<b>Empresa X</b>				
Alimentação - Indicador Interno	(40.279)	Acima do limite		
Cultura - Indicador Externo	36	Abaixo do limite		
Fundo da Criança e do Adolescente	254	Abaixo do limite		
Demais Indicadores Externos	14.491	Abaixo do limite		

- (a) Benefício Adquirido Alimentação=IRPJ-CSLL x (44% ou 60%) x 4%+(Valor Investido Alimentação x 34%)
- (b) Benefício Adquirido Cultura=IRPJ-CSLL x (44% ou 60%) x 3%+(Valor Investido Cultura x 34%)
- (c) Benefício Adquirido Fundo da Criança e do Adolescente=IRPJ-CSLL x (44% ou 60%) x 1%
- (d) Benefício Adquirido Demais Indicadores Internos=Lucro operacional x 2%
- (e) Percentual Sobre IRPJ 15%
- (f) Percentual Sobre Lucro Operacional