

RESPONSABILIDADE SOCIAL E BALANÇO SOCIAL

Tatiana Campos Ballejo¹

RESUMO: O presente artigo tem por finalidade mostrar a importância do Balanço Social, da sua evolução histórica, passando pela sua elaboração até chegar a sua divulgação, tendo como foco principal os impactos perante os investidores e o meio ambiente. Embora não seja uma demonstração obrigatória, o Balanço Social vem sendo adotado por inúmeras empresas que se preocupam em adotar um comprometimento socialmente responsável com seus stakeholders. Em outra ótica, o Balanço Social demonstra o desempenho social da entidade à frente de seus colaboradores. Embora no Brasil ainda não exista um modelo padrão, o trabalho descreve o modelo mais difundido na atualidade, que é o disponibilizado pelo IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. As informações contidas neste formulário são de suma importância para que as questões sociais sejam divulgadas de forma transparente aos seus usuários. Dessa forma, evidenciando maior comprometimento e relação entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

PALAVRAS-CHAVE: Balanço Social. Responsabilidade Social. Stakeholders.

1 INTRODUÇÃO

Estamos diante da globalização mundial, e a partir dessa concepção um novo conceito surge nas organizações, em especial nas com fins lucrativos: os investidores estão mais exigentes e a sociedade mais consciente sobre aspectos sociais. Perante essas novas exigências do mercado, as organizações são obrigadas, se não pela lei, pelo mercado, a publicar suas demonstrações contábeis

¹ Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. (taticam@hotmail.com)

com maior transparência e detalhes. Essas demonstrações devem evidenciar aspectos quantitativos e qualitativos do seu patrimônio, dando ênfase ao bem estar social e ambiental. Nesse sentido, a responsabilidade social, de certa forma retratada no Balanço Social, deve constituir-se numa ferramenta importante de ação e divulgação das informações sociais que servirão de apoio ao planejamento e desenvolvimento da empresa (REIS; MEDEIROS, 2009). E é a contabilidade, com foco social, que dará as ferramentas necessárias para que as empresas possam divulgar as suas ações sociais através do balanço social (FERNANDES; SORATO; PORTON, 2007).

Corroborando com a ideia exposta acima, as empresas passam a ter um importante papel perante seus colaboradores (stakeholders), e suas demonstrações contábeis não visam mais apenas a aspectos monetários. O Balanço Social demonstra, mais especificamente, aos seus investidores (shareholders), como a empresa encara suas responsabilidades frente seus funcionários, fornecedores, sociedade e meio ambiente, e isso é um ótimo sinal de como ela está sendo administrada. Além disso, sua função é tornar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente (MORAES, 2010).

Tinoco (1993, p. 04) nos diz que “um balanço social é um instrumento de gestão e informação que visa reportar, de forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferentes usuários.”

A partir dessa nova visão, as demonstrações devem refletir veracidade e os pontos que atingem o bem estar social e ambiental, isto é o que destaca Tinoco (1993, p.01):

O acesso à informação de boa qualidade é um pré-requisito para o exercício de cidadania, vale dizer, condição essencial para que os problemas sócio-econômicos sejam debatidos e resolvidos a partir do convívio democrático entre os grupos sociais.

As informações divulgadas no Balanço Social pelas empresas S.A. geram pontos positivos para sua imagem diante de seus investidores e a sociedade, e também denotam maior relevância e complementam suas demonstrações contábeis. Demonstrando assim a preocupação das empresas em demonstrar seu

desempenho econômico e social em prol do desenvolvimento da humanidade. Enfim, como dizia Souza: “o Balanço Social não têm donos, só beneficiários”.

O artigo aborda a responsabilidade social das empresas, o Balanço Social e suas informações, principalmente no que diz respeito à sociedade e aos colaboradores.

Os objetivos do presente trabalho foram alcançados basicamente através de revisão bibliográfica referenciada no texto. Conforme Gil (2008, p.50) nos diz que “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

O termo responsabilidade social pode ser entendido sob diversos pontos de vista.

Segundo o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social:

Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Gonzalez (2005), sobre responsabilidade social empresarial, expressa o seguinte:

A postura que se manifesta por meio de prática cujos indicadores evidenciem: (a) o favorecimento da sustentabilidade das pessoas, (b) a promoção do desenvolvimento sustentável das organizações e (c) a opção pelo uso de tecnologias mais econômicas e menos impactantes, tendo em vista políticas de (re) inclusão e a melhoria da qualidade de vida.

Outra definição apresentada por Daft (apud REIS; MEDEIROS, 2009, p. 12): “Responsabilidade social é a obrigação da administração de tomar decisões e ações que irão contribuir para o bem-estar e os interesses da sociedade e da organização.”

“O crescente aumento da complexidade dos negócios, principalmente em decorrência do processo de globalização e da velocidade das inovações tecnológicas e da informação, impõe ao empresariado nacional uma nova maneira de realizar suas transações.” (ASHLEY apud MORAES, 2010)

Uma organização socialmente responsável, segundo o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, deve ser regida pelos seguintes princípios (ETHOS apud RAIMUNDINI; JUNQUEIRA; OLIVEIRA, 2008):

- a) Economia: abrange todos os aspectos das interações econômicas da organização. Deve possibilitar uma compreensão da influência do desempenho da organização num sistema econômico, ambiental e social.
- b) Meio ambiente: contempla os impactos da organização sobre o meio ambiente e recursos naturais e a adoção de políticas e projetos que promovam a proteção do meio ambiente, minimizando os impactos negativos e ampliando os impactos positivos.
- c) Sociedade: refere-se à atuação da organização em relação a práticas trabalhistas, direitos humanos e aspectos mais amplos que afetam os consumidores, os funcionários, as comunidades e outras partes interessadas da sociedade.

3 RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

Junior e Silva (2008, p. 03) conseguem expressar o papel da contabilidade em relação à responsabilidade social nas empresas, da seguinte forma:

Sendo uma ciência que estuda a situação patrimonial e o desempenho econômico-financeiro das empresas, a contabilidade possui os instrumentos necessários para contribuir para a identificação do nível de responsabilidade social dos agentes econômicos.

O tema responsabilidade social nas empresas traz uma nova visão no mundo empresarial, mostra a necessidade dessas em práticas para uma melhor cidadania.

Na visão empresarial, Azevedo e Cruz (2006, p. 05) mencionam que:

Sempre se aceitou que a responsabilidade social da empresa, em um sistema de mercado livre, é a maximização dos seus lucros, e assim se presume que ela maximiza sua contribuição para a sociedade. Segundo esta ideia, os lucros de uma empresa, que opera dentro da estrutura legal de uma comunidade, poderá produzir resultados que contribuirão para o desempenho social dessa sociedade.

Vassalo apud (JUNIOR E SILVA, 2008, p. 04):

Explica que, sobretudo nos últimos anos, a questão da responsabilidade social se tornou um dos grandes desafios estratégicos de companhias de todo o mundo. Explica, ainda, que a discussão vai muito além do papel das empresas em relação às pessoas que vivem próximas às suas operações. Vai muito além, também, de quanto elas podem contribuir para a melhoria das condições sociais de uma cidade ou mesmo de uma região. Ficou óbvio que a forma como as empresas colocam-se diante de seus acionistas, do meio ambiente, dos clientes, consumidores, fornecedores e empregados será decisiva para a sua perenidade. Responsabilidade social tornou-se sustentabilidade. E sustentabilidade tornou-se estratégia de negócios, jeito de operar e de conquistar confiança e resultados.

“Está cada vez mais difundida, nos vários setores da sociedade, a ideia de que a atual situação do mundo requer atenção especial das empresas para a dimensão social.” (SOUZA, 1997)

Pagliano (1999, p.21) nos diz que:

Nas últimas décadas ocorreram a queda das barreiras comerciais e a integração dos mercados, levando as organizações a se voltarem para uma nova realidade, que significou a inserção numa escala de competição nunca antes vista. A rápida e radical mudança no relacionamento entre empresa e sociedade está gerando um profundo impacto no modo como as empresas fazem e mantêm seus lucros.

O Quadro 1 apresenta uma sugestão de classificação da responsabilidade social de uma empresa.

Quadro 01: Responsabilidade Social da Empresa

RESPONSABILIDADES SOCIAIS DA EMPRESA	
INTERNAS	EXTERNAS
<ul style="list-style-type: none"> • Criação de riqueza; • Oferecer produtos úteis à sociedade; • Contribuir para o desenvolvimento dos seus participantes; • Assegurar a continuidade da empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Preocupação com a degradação do meio ambiente, • Diminuição dos postos de trabalho; • Problemas relacionados com salubridade; • Falta de meios para difusão e formação cultural; • Inexistência de legislação ambiental e o seu descumprimento

Fonte: GALLO, *apud* GOMES (1998)

“Deste modo, toda a riqueza agregada pela empresa por meio das suas atividades econômicas é distribuída à comunidade onde ela se insere, sendo, portanto, grande responsável pelo desenvolvimento econômico e social desta comunidade.” (AZEVEDO E CRUZ, 2006, p. 06)

“Hoje, os cidadãos, cada vez mais informados e conscientes, esperam que as empresas tenham não só direitos, mas também responsabilidades para com as sociedades onde e com quem atuam”. (PAGLIANO, 1999, p. 21).

Em contrapartida, outras atitudes também são necessárias às empresas que querem se tornar socialmente responsáveis. Conforme Froes e Neto (2001, p.78):

Apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente não são suficientes para atribuir a uma empresa a condição de socialmente responsável. É necessário investir no bem-estar de seus funcionários e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, de dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia com seus parceiros e garantir a satisfação de seus clientes e/ou comunidades.

4 BALANÇO SOCIAL

Segundo Junior e Silva (2008, p. 2):

O Balanço Social é um instrumento de gestão e informação que tem o objetivo de reportar, de forma transparente, informações econômicas,

financeiras e sociais do desempenho das entidades aos mais diferenciados usuários da informação. É um demonstrativo publicado anualmente pelas empresas que tem a finalidade de reunir informações sobre projetos, benefícios e ações sociais voltadas para os funcionários, os investidores, os analistas de mercado, os acionistas e a comunidade, sendo também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

Para Sucupira (apud TREVISAN, 2002, p.03):

O Balanço Social é um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas a seus empregados e à comunidade onde está inserida. Através dele a empresa mostra o que faz pelos seus empregados, dependentes e pela população que recebe sua influência direta.

Azevedo e Cruz (2006, p. 07) nos mostram que:

O Balanço Social é um relatório que apresenta um conjunto de informações econômicas e sociais, com o objetivo de demonstrar os gastos e investimentos realizados em benefício dos empregados, da comunidade e do meio ambiente e informações sobre a formação e distribuição da riqueza gerada; é, portanto um instrumento de gestão estratégica. Além disso, este relatório, como um instrumento de medição do desempenho social da entidade, fornece:

- Aos gestores – informações relevantes para as suas tomadas de decisões, no que se refere aos programas e às responsabilidades sociais que cumpre à empresa enfrentar e desenvolver;
- Aos funcionários – indicadores dos investimentos na melhoria das condições de trabalho e qualificação do trabalhador, etc.;
- À sociedade – elementos para avaliar o desempenho social da empresa;
- Ao governo – subsídios para a elaboração de normas legais e tributação de impostos;
- Às entidades de classe – aprimorar o processo de negociação com a classe empresarial, bem como para verificar as ações da empresa na área social.

Existem muitas questões a serem desenvolvidas em relação à demonstração Balanço Social, tais como: as informações que devem ser divulgadas, a forma de apresentação e a sua obrigatoriedade.

Outra linha de pensamento nos diz que o Balanço Social deveria mostrar somente informações de natureza financeira e de desempenho empresarial, não levando em consideração informações de cunho social e ambiental. Como exemplo (KROETZ apud AZEVEDO; CRUZ, 2006, p. 08):

- a) revelar em conjunto com as demais demonstrações financeiras a estratégia de sobrevivência e crescimento da entidade;
- b) evidenciar, através de indicadores econômicos e sociais, as contribuições da empresa à qualidade de vida da comunidade;
- c) abranger todo o conjunto de interações sociais, as contribuições da empresa à qualidade de vida da comunidade;
- d) divulgar os investimentos realizados no desenvolvimento de pesquisas tecnológicas;
- e) composição de um banco de dados confiável para análise e tomada de decisão dos usuários externos;
- f) medir os impactos das informações apresentadas no Balanço Social perante a comunidade onde mantém relação de negócios;
- g) servir de instrumento para as negociações laborais entre empresa, sindicatos e representantes dos empregados;
- h) clarificar os objetivos e as políticas administrativas que possibilitem avaliar a entidade, em função não apenas do resultado econômico, mas também dos resultados sociais;
- i) ampliar o grau de confiança da sociedade em relação à entidade.

De acordo com outra linha de pensamento, que vai de encontro ao que Kroetz diz (PERAZZO apud AZEVEDO; CRUZ, 2006, p. 08):

A incorporação dos aspectos sociais nas decisões e ações estratégicas das empresas e empreendimentos econômicos globalizados ou não, é uma opção cada vez mais reivindicada pelos agentes sociais. Com isso, alguns modelos para divulgação deste relatório são sugeridos por diversos organismos, a exemplo do proposto pelo IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), o qual teve o apoio da CVM (Comissão de Valores Mobiliários): sugere informações sobre o faturamento bruto, gastos e investimentos com reflorestamento, despoluição, conservação do meio ambiente, com os empregados, e informações sobre a formação e distribuição da riqueza gerada pela empresa. Esse modelo confere às empresas que o adotam um selo, o qual as mesmas podem trazer impresso em seus produtos.

4.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO BALANÇO SOCIAL. BREVES CONSIDERAÇÕES

Inicialmente pode ser destacado que, a história da contabilidade acompanha a evolução da humanidade, procurando suprir suas necessidades em termos de controle e gerenciamento da riqueza. (KROETZ apud JUNIOR E SILVA, 2008)

Considerado como inspiração sociológica dos novos tempos, o Balanço Social foi instituído em uma época em que ocorreram transformações profundas de pensamento quanto ao uso da riqueza. (JUNIOR E SILVA, 2008)

Já no início no século XX observavam-se, algumas manifestações a respeito de uma maior conscientização por parte das empresas em relação a uma melhor relação com a sociedade e o meio ambiente. Mas segundo Trevisan (2002, p. 4):

Entretanto, foi somente a partir dos anos 60 nos Estados Unidos e no início da década de 70 na Europa - particularmente na França, Alemanha e Inglaterra - que a sociedade iniciou uma cobrança deste tipo de comportamento por parte do empresariado e consolidou-se a própria necessidade de divulgação dos chamados balanços ou relatórios sociais.

Na Europa, a ideia de responsabilidade social começou a desenvolver-se em meados de 1970. Neste continente, o Balanço Social voltou-se à preservação do meio ambiente, principalmente na Alemanha. Na França predominou informações sobre condições de trabalho dos funcionários, bem-estar social, planos de saúde, entre outros aspectos. E em 1972, na França, podemos considerar que foi o ano em que publicaram o primeiro Balanço Social das empresas, o BS da empresa Singer.

Kroetz (2000, p. 55) nos diz que:

Especificamente na França, alguns pesquisadores, na década de 70, propuseram-se a reunir e a comentar dados estatísticos correntes, uma vez que perceberam que com este trabalho a abordagem dos problemas socioeconômicos da nação, como, por exemplo, a relação do emprego, a mobilidade social, a utilização do lucro traduzia-se com mais propriedade.

Na América Latina, continente em desenvolvimento, tem-se uma preocupação concentrada em problemas como emprego, educação, enfim, problemas que envolvem questões sociais. Dessa forma, as experiências com o Balanço Social tendem a um Balanço Social Interno às organizações, medindo o nível de remunerações, as condições físicas e ambientais de trabalho, bem-estar social. (GONÇALVES apud REIS, 2009)

De acordo com o site do Ibase:

No Brasil, os ventos desta mudança de mentalidade empresarial já podem ser notados na “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas” desde a sua publicação, em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil). Na década de 80, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) chegou a elaborar um modelo. Porém, só a partir do início dos anos 90 é que algumas empresas - muito poucas - passaram a levar a sério esta questão e divulgar sistematicamente em balanços e relatórios sociais as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários.

Reis e Medeiros (2009, p. 58) dizem claramente que:

O primeiro documento brasileiro que carrega a denominação de Balanço Social foi o Balanço Social da Nitrofertil, empresa estatal situada na Bahia, o qual foi realizado e publicado voluntariamente em 1984, sendo um relatório de cunho social que dava publicidade às ações sociais realizadas e ao processo participativo desenvolvido na empresa durante esse período.

Também de acordo com o site do Ibase, “no mesmo período, estava sendo realizado o BS do Sistema Telebras, publicado em meados da década de 80. O do Banespa, realizado em 1992, compõe a lista das empresas precursoras em BS no Brasil.”

4.2 BALANÇO SOCIAL. MODELO IBASE

O Balanço Social conforme o IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - foi idealizado em 1997 por Herbert de Souza e tornou-se a principal ferramenta por meio da qual as empresas são estimuladas a conhecer, sistematizar e apresentar à sociedade informações sobre seus investimentos internos e externos em ações, iniciativas e projetos relacionados com o social e o ambiental. Desde então, vem-se mostrando a necessidade da divulgação do Balanço Social pelas empresas em um modelo simples, único e de fácil entendimento.

Torres e Mansur (2008) nos dizem que:

O objetivo principal de um modelo único de balanço social – de somente uma página – é fazer com que o documento permita comparabilidade e também não perca suas principais características: a simplicidade e o fácil entendimento. O modelo Ibase constitui-se de uma planilha composta prioritariamente por indicadores quantitativos referentes às informações e aos dados sobre investimentos financeiros, sociais e

ambientais. Significa que a organização que adota esse tipo de balanço anual passa a ter, em uma única ferramenta de gestão, um grupo de informações sistematizadas que, são divulgadas a seus públicos de interesse e para a sociedade em geral.

O modelo do Ibase passou por algumas revisões. Na primeira, o modelo apresenta mais subitens sobre os indicadores sociais internos e externos, separa os indicadores ambientais e reinsere questões polêmicas nos indicadores do corpo funcional: nº de negros que trabalham na empresa e percentual de cargos de chefia ocupados por negros. A revisão inclui ao modelo o item 6 (informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial). Na segunda revisão, respondendo a demandas de organizações parceiras, foram incluídos itens sobre: estabelecimento de metas para redução dos impactos ambientais, nº de estagiários, nº de reclamações de clientes e percentual solucionado e valor adicionado e sua distribuição. Também estabeleceu os primeiros critérios para recebimento do "Selo Balanço Social/Ibase Betinho". (IBASE)

Com relação a obrigatoriedade da publicação do Balanço Social, o Ibase não é favorável, por dois motivos principais:

a) O Balanço Social deve ser posterior às ações sociais realizadas pelas empresas, deve ser a transferência das práticas sociais em relação aos seus funcionários, à comunidade e ao meio ambiente;

b) que a elaboração voluntária periódica cria um círculo virtuoso, uma vez que a empresa passa a divulgar suas ações e a partir deste momento, a sociedade em geral passa a conhecer estas ações, gerando "concorrência", ou seja, novos adeptos ao Balanço Social.

Dentro desse contexto, Kroetz (2000, p. 136) revela que:

O conflito de posições inicia à medida que alguns institutos e pessoas físicas entendem ser necessária a criação de uma lei que venha institucionalizar o processo, tornando obrigatória a divulgação do Balanço Social para determinadas entidades. Por sua vez, a grande maioria dos empresários não concorda com esse procedimento, argumentando que cabe a cada entidade prestar contas de suas influências para com a sociedade de forma espontânea.

O coordenador do projeto do Balanço Social do Ibase, Ciro Torres, critica o projeto de lei nº 3.116 de 1997, que tramita na Câmara dos Deputados, que obriga empresas públicas e privadas com 100 ou mais empregados a criarem e divulgarem o seu Balanço Social. Ele nos diz que "a lei só seria aplicável, na prática, para empresas que já fazem ações sociais. As que não fazem, seriam obrigadas a divulgar um papel dizendo o quê? A iniciativa de divulgação deve vir da própria empresa. Falar em obrigatoriedade não faz sentido". (PORTAL SOCIAL)

O Ibase diz que as informações constantes no modelo não precisam ser auditadas. Torres e Mansur (2008, p. 04) colocam que: "Os auditores desse documento devem ser a sociedade, o cidadão e a cidadã que, direta ou indiretamente, são afetados pela operação da empresa."

4.2.1 Estrutura do Balanço Social – Modelo Ibase

Segundo o modelo Ibase, o Balanço Social para empresas apresenta dados e informações de dois exercícios anuais por meio de uma tabela bastante simples e direta, que deve ser publicada e amplamente divulgada. O modelo atual, vide modelo a seguir, é composto por 43 indicadores quantitativos e oito indicadores qualitativos, organizados em sete categorias ou partes descritas resumidamente a seguir:

a) Base de cálculo: informa o impacto dos investimentos nas contas da empresa, além de permitir a comparação entre empresas e setores ao longo dos anos.

b) Indicadores sociais internos: nesta parte do balanço são apresentados todos os investimentos internos, obrigatórios e voluntários, que a empresa realiza para atender seus funcionários.

c) Indicadores sociais externos: nesta parte aparecem os investimentos voluntários da empresa, cujo público-alvo é a sociedade em geral.

d) Indicadores ambientais: são apresentados os investimentos da empresa para compensar seus impactos ambientais e também aqueles que possuem o objetivo de melhorar a qualidade ambiental da produção/operação da empresa, seja

por meio de inovação tecnológica, seja por programas internos de educação ambiental.

e) Indicadores do corpo funcional: nesta parte do balanço aparecem as informações que identificam de que forma se dá o relacionamento da empresa com seu público interno.

f) Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial: são indicadores qualitativos que mostram como está a participação interna e a distribuição dos benefícios. Também aparecem nesta parte do balanço processos desenvolvidos na empresa que estão relacionados às políticas e práticas da responsabilidade social da empresa.

g) Outras informações: este espaço é reservado e amplamente utilizado pelas empresas para divulgar outras informações que sejam relevantes para a compreensão de suas práticas sociais e ambientais.

O Ibase dispõe de outros três modelos de balanço social: para micro e pequenas empresas, para cooperativas e para instituições de ensino, fundações e organizações sociais, que não serão objeto de relevância neste trabalho.

A seguir o modelo de Balanço Social para as empresas vigente nos dias de hoje.

Figura 01: Modelo Ibase para as empresas de Balanço Social

Balanco Social Anual / 20XX



1. Base de cálculo	20XX Valor (mil reais)			20XX-1 Valor (mil reais)		
Receita líquida (RL)						
Resultado operacional (RO)						
Política de pagamento bruto (PPB)						
2. Indicadores sociais internos	Valor (mil R\$)	% Sobre PPB	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre PPB	% Sobre RL
Alimentação						
Encargos sociais computáveis						
Previdência privada						
Saúde						
Segurança e saúde no trabalho						
Educação						
Cultura						
Capacitação e desenvolvimento profissional						
Créditos ou auto-crédito						
Participação nos lucros ou resultados						
Outros						
Total - Indicadores sociais internos						
3. Indicadores sociais externos	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL
Educação						
Cultura						
Saúde e saneamento						
Esporte						
Combate à fome e segurança alimentar						
Outros						
Total das contribuições para a sociedade						
Tributos (incluindo encargos sociais)						
Total - Indicadores sociais externos						
4. Indicadores ambientais	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa						
Investimentos em programas ou projetos externos						
Total dos investimentos em meio ambiente						
Quanto ao estabelecimento de políticas específicas para minimizar impactos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficiência na utilização de recursos naturais, a empresa:						
	<input type="checkbox"/> não possui metas	<input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 20%	<input type="checkbox"/> não possui metas	<input type="checkbox"/> não possui metas	<input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 20%	<input type="checkbox"/> não possui metas
	<input type="checkbox"/> cumpre de 21 a 40%	<input type="checkbox"/> cumpre de 41 a 60%	<input type="checkbox"/> cumpre de 61 a 80%	<input type="checkbox"/> cumpre de 21 a 40%	<input type="checkbox"/> cumpre de 41 a 60%	<input type="checkbox"/> cumpre de 61 a 80%
5. Indicadores do corpo funcional						
Nº de empregados(as) ao final do período						
Nº de admissões durante o período						
Nº de empregados(as) terceirizados(as)						
Nº de estágios(as)						
Nº de empregados(as) acima de 45 anos						
Nº de mulheres que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por mulheres						
Nº de negros(as) que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)						
Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais						
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	20XX			Metas 20XX+1		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa						
Número total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> instâncias representativas	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> instâncias representativas
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> instâncias representativas	<input type="checkbox"/> instâncias representativas + Cipa	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> instâncias representativas	<input type="checkbox"/> instâncias representativas + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se recusa	<input type="checkbox"/> segue as normas da CBT	<input type="checkbox"/> negocia e segue a CBT	<input type="checkbox"/> não se recusa	<input type="checkbox"/> segue as normas da CBT	<input type="checkbox"/> negocia e segue a CBT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> instâncias representativas	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> instâncias representativas
A participação nos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> instâncias representativas	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> instâncias representativas
Na seleção dos fornecedores, as mesmas práticas éticas e de responsabilidade social e ambiental adotadas pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são consideradas	<input type="checkbox"/> são consideradas	<input type="checkbox"/> são negativas	<input type="checkbox"/> não são consideradas	<input type="checkbox"/> são consideradas	<input type="checkbox"/> são negativas
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se recusa	<input type="checkbox"/> aplica	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se recusa	<input type="checkbox"/> aplica	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	em empresa	em Processos	em Juízo	em empresa	em Processos	em Juízo
% de reclamações e críticas solucionadas:	em empresa %	em Processos %	em Juízo %	em empresa %	em Processos %	em Juízo %
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 20XX:			Em 20XX-1:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	% governo	% colaboradores(as)	% outros	% governo	% colaboradores(as)	% outros
	% sociedade	% investida	% estado	% sociedade	% investida	% estado
7. Outras informações						

Após:



Fonte: site Ibase

5 USUÁRIOS DO BALANÇO SOCIAL

“O lucro das empresas é um importante instrumento não só de sobrevivência das empresas, mas também de medição do sucesso que tiveram em atender a necessidades de bens e serviços da sociedade.” (TREVISAN, 2002)

A empresa é responsável pelos seus acionistas e, por isso, é favorável à visão econômica da maximização dos lucros: “a missão básica da empresa é produzir bens e serviços com lucro, e, ao fazer isso, ela dá sua contribuição máxima à sociedade e, na verdade, está sendo socialmente responsável.” Podemos dizer que a empresa ao gerar lucros aumenta o retorno dos investimentos aos acionistas, que são considerados, de certa forma, o “alicerce” da organização. Mas não é somente os acionistas que se beneficiam e tem interesse sobre essas informações, os outros stakeholders também querem saber onde a empresa está investindo seus lucros. Os stakeholders influenciam e são influenciados pelas decisões da organização, da mesma forma que beneficiam e são beneficiados pelas mesmas, contribuindo para a sustentabilidade dos negócios e da vida em sociedade. (REIS; MEDEIROS, 2009)

Como já vimos a elaboração da ferramenta Balanço Social é efetuada com o objetivo de atender a vários enfoques, tais como: nível de emprego, segurança no trabalho, participação dos trabalhadores nos lucros da empresa, encargos tributários, investimentos em meio ambiente, etc. Com base nessas informações, ela favorece a todos os grupos que interagem com a empresa. Por exemplo: aos investidores, informa como a empresa encara suas responsabilidades relativas aos recursos humanos, denotando como ela é administrada; à sociedade, apresenta uma ideia da mentalidade dos dirigentes da organização.

Corroborando com a ideia acima, Moraes (p. 03) nos diz que:

Fornecer informações à sociedade sobre a utilização dos recursos humanos, naturais, financeiros, tecnológicos e outros que pertencem à própria sociedade (direta ou indiretamente) é o mínimo que as empresas devem fazer para merecer o respeito e a credibilidade necessários à continuidade de suas operações.

O site do Ibase nos diz que:

O balanço social favorece a todos os grupos que interagem com a empresa. Aos dirigentes fornece informações úteis à tomada de decisões relativas aos programas sociais que a empresa desenvolve. Seu processo de realização estimula a participação dos funcionários e funcionárias na escolha das ações e projetos sociais, gerando um grau mais elevado de comunicação interna e integração nas relações entre dirigentes e o corpo funcional.

Aos fornecedores e investidores, informa como a empresa encara suas responsabilidades em relação aos recursos humanos e à natureza, o que é um bom indicador da forma como a empresa é administrada. Para os consumidores, dá uma ideia de qual é a postura dos dirigentes e a qualidade do produto ou serviço oferecido, demonstrando o caminho que a empresa escolheu para construir sua marca. E ao Estado, ajuda na identificação e na formulação de políticas públicas.

Em um recente estudo chamado *Millenium Poll* realizado em 23 países e publicado no *site* da organização internacional *Business for Social Responsibility* (BSR), 90% das pessoas entrevistadas declararam que esperam algo mais das empresas além dos produtos ou serviços que prestam aos consumidores. “Empresa que cumpre seu papel social possui a capacidade de atrair maior quantidade de consumidores” (TREVISAN, 2002).

5.1 RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Os investidores são considerados os parceiros da “empresa”, dentro do conceito de stakeholders, e é para eles que a empresa deve mostrar seu lado social. Nas relações entre a empresa e os investidores destacamos:

- a) Contribuição: capital;
- b) Visão: econômica;
- c) Objetivos: maximização do lucro;
- d) Demandas: lucros e dividendos, preservação do patrimônio.

Segundo Ashley (2002), a empresa deve ser vista como uma rede de relacionamentos entre stakeholders associados ao negócio, que afetam a existência e as operações da empresa ou são afetados por ela. Para os acionistas, a

responsabilidade social é vista sob o aspecto econômico, o aumento do lucro é o que gera valor para os investidores.

Kroetz (2000, p. 85) corrobora nos dizendo que o Balanço Social:

Aos acionistas oferece um conjunto de informações que complementam as demonstrações contábeis e financeiras, registrando ações na área social e ecológica, na base temporal passado / presente / futuro, permitindo maior segurança na tomada de decisão em relação aos seus investimentos.

Numa visão internacional, Silva e Freire (2001, p. 126) nos dizem que “Atualmente, os grandes investidores internacionais, ao analisarem oportunidades de novos negócios, procuram avaliar a imagem da empresa segundo seu apoio ao governo no encaminhamento de soluções nacionais.”

5.2 RELAÇÃO COM A SOCIEDADE (MEIO AMBIENTE)

Bitarello e Debastiani (2005, p. 74) nos diz, que “um dos aspectos mais importantes do Balanço Social é o que se refere aos projetos da empresa, relacionados com o meio ambiente, sua preservação e proteção.”

A relação entre a sociedade e a empresa é muito ampla, e abaixo vamos divulgar alguns aspectos relevantes:

- a) Contribuição: infraestrutura;
- b) Visão: ambiental;
- c) Objetivos: desenvolvimento sustentável;
- d) Demandas: respeito ao interesse comunitário, conservação dos recursos naturais.

Kroetz (2000, p. 86) nos fala que:

A sociedade, por meio dos órgãos legais, concede a possibilidade à entidade de exercer suas atividades, tendo a obrigação e o direito de fiscalizar as ações desenvolvidas por tais organizações, com o intuito de identificar possíveis danos e abusos praticados contra a própria sociedade e contra o meio ambiente.

Para Drucker *apud* Santolin e Frey (2005) os problemas sociais

Constituem disfunções da sociedade. Mas para a direção das organizações e, sobretudo para a direção das empresas, eles representam desafios. São importantes fontes de oportunidades. Pois é função da direção das empresas, atender a determinada necessidade e ao mesmo tempo servir às próprias entidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mundo dos negócios está evoluindo rapidamente, e cada vez mais as empresas preocupam-se em adotar princípios de responsabilidade social para estreitar o seu relacionamento com a sociedade em geral. O Balanço Social é um relatório que visa reportar as informações de como a empresa encara as questões relacionadas com o bem estar social. Mais do que prestar contas com a sociedade, a empresa, ao divulgar seu Balanço Social, deve ter a consciência de estar expondo suas relações sócio-ambientais à mesma.

O Balanço Social evidencia o que a empresa faz pela comunidade a ela vinculada (empregados, clientes, fornecedores, sócios) e ao país, através da geração de empregos, salários, impostos, tratamento dispensado ao meio ambiente etc.

Embora não seja obrigatória a publicação do Balanço Social e não exista um modelo único, há inúmeras empresas que publicam tal relatório anualmente. É um sinal de que os empresários estão tomando uma postura mais abrangente diante das questões sociais. Acredita-se que, se houver padronização e consistência das informações contidas no Balanço Social, haverá consolidação desse instrumento de gestão, baseado no equilíbrio entre questões econômicas e sociais.

Mesmo não havendo consenso com relação à obrigatoriedade, elaborar o Balanço Social é um estímulo para que as empresas divulguem suas preocupações para com a sociedade e o meio ambiente. E, além disso, contribuirá para que todos tomem conhecimento do que a empresa faz no âmbito social e de como ela avança no campo ambiental.

Cabe mencionar, que o artigo não teve a pretensão de esgotar o tema. E outros trabalhos devem ser efetuados voltados para uma discussão mais ampla

sobre a efetiva validade do Balanço Social, sua obrigatoriedade de elaboração e divulgação e informações que deveriam ser incluídas, entre outros aspectos.

“Realizar o Balanço Social significa uma grande contribuição para consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática.” Herbert de Souza

SOCIAL RESPONSIBILITY AND SOCIAL BALANCE

ABSTRACT: This article aims to show the importance of Social Balance, their historical evolution, through its development until its disclosure, which focuses the impacts to the investors and the environment. Although not a mandatory statement, the Social has been adopted by numerous companies who care to adopt a socially responsible commitment to its stakeholders. In another way, the Social Balance demonstrates the social performance of the organization ahead of your employees. While in Brazil there is still no standard model, the paper describes the model most widely used today, which is provided by IBASE - Brazilian Institute of Social and Economic Analysis. The information contained in this form are of paramount importance to social issues that are disclosed in a manner transparent to its users. Thus, with increased commitment and relationship between business, society and environment.

KEY WORDS: Social Balance, Social Responsibility. Stakeholders.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Tânia Cristina; CRUZ, Cláudia Ferreira da. Balanço Social como Instrumento para Demonstrar a Responsabilidade Social das Entidades: Uma Discussão Quanto à Elaboração, Padronização e Regulamentação. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 8, n° 34. 2006.

BITARELLO, Jucelaine; DEBASTIANI, Sandro. **Balço social: um enfoque sobre sua evoluão e utilizaão no panorama brasileiro**. Novo Hamburgo: Feevale, 2005.

FERNANDES, Luciana Netto; SORATO, Kátia Aurora Dalla Libera; PORTON, Rosimere Alves de Bona. Fatores determinantes para a não elaboraão e publicaão do balanço social: um estudo com as empresas cerâmicas da região da AMREC. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, Florianópolis, v. 1, nº 7, p. 43-59, jan./jun. 2007.

FROES, César; NETO, Francisco Paulo de Melo. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**. A administração do terceiro setor. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Sônia Maria da Silva. **O uso das informações contábeis como um instrumento orientador das negociaões trabalhistas no Brasil**. Dissertação de Mestrado apresentada a FEA/USP. São Paulo, 1998.

GONZALEZ, Roberto. Afinal, a governança corporativa contempla a responsabilidade social empresarial? **Revista RI – Relações com Investidores**, nº 88. 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. Disponível em: <<http://www.ibase.br>> Acesso em: 30 mar. 2011.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em: <<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>> Acesso em: 05 mai 2011.

JUNIOR, Fabiano Torres; SILVA, Fernanda Rosa da. Balço Social: instrumento de evidenciaão dos objetivos sociais. **Pensar Contábil**, v. 10, nº 39. 2008.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balço social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

MORAES, Daniela Andréa de. **A responsabilidade social e o balanço social da empresa**. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/tcc/trabalhos/artigo_Daniela%20Moraes.pdf> Acesso em: 01 mai 2011.

PAGLIANO, Adriana G. Antunes et al. **Marketing social: o novo mandamento para as organizaões**. São Paulo: IBMEC, 1999.

PORTAL SOCIAL. Disponível em: <<http://www.portalsocial.ufsc.br/respsocial.htm>> Acesso em: 10 jun 2011.

RAIMUNDINI, Simone Letícia; JUNQUEIRA, Emanuel Rodrigues; OLIVEIRA, Edmar Bonfin de. Responsabilidade social: evidenciaão das práticas adotadas pelas indús-

trias de metais sanitários do noroeste do Paraná. **ConTexto**, Porto Alegre, v. 8, n° 14. 2° semestre 2008.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade social das empresas e balanço social**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SANTOLIN, Adriano Domingues; FREY, Márcia Rosane. O papel do balanço social na gestão empresarial. **Contabilidade Vista e Revista**, v. 16, n° 2, ago. 2005.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza. **Balanço social: teoria e prática: inclui o novo modelo do IBASE**. São Paulo: Atlas, 2001.

SOUZA, Herbert de. **Empresa pública e cidadã**. Disponível em: <http://www.conversascombetinho.org.br/com_a_palavra/balanco.htm> Acesso em: 07 mai. 2011.

TINOCO, João E.P. **Balanço social e a contabilidade no Brasil**. Disponível em: <http://www.eac.fea.usp.br/cadernos/completos/cad09/balanco_social.pdf> Acesso em: 20 abr 2010.

TORRES, Ciro; MANSUR, Cláudia. **Balanço social, dez anos: o desafio da transparência**. Rio de Janeiro: Ibase, 2008.

TREVISAN, Fernando Augusto. Balanço social como instrumento de marketing. **RA-E-eletrônica**, v. 1, n° 2, jul/dez. 2002.