

C  
o  
r  
r  
e  
s  
p  
o  
n  
d  
e  
n  
c  
i  
a

Correspondência para/  
Correspondencia para/  
Correspondence to  
Rua Jandyra Gomes de  
Oliveira, 17 - VillarVille  
Ourinhos - SP - 19902-441  
- Fone (14) 3326-6380  
flavioferreira@faeso.edu.br

Artigo recebido: 29/07/2004  
Aprovado: 02/10/2004

# RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E O USO DO BALANÇO SOCIAL NO PROCESSO ESTRATÉGICO DAS ORGANIZAÇÕES

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y EL USO DEL BALANCE SOCIAL EN EL PROCESO ESTRATÉGICO DE LAS ORGANIZACIONES

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE USE OF THE SOCIAL BALANCE IN THE STRATEGIC PROCESS OF ORGANIZATIONS

*Flávio Smania Ferreira, Esp.*

Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos - FAESO  
flavioferreira@faeso.edu.br

*Eliton Piedade Pucci, Esp.*

Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos - FAESO  
elitonpucci@faeso.edu.br

*Dirceu Marques Lopes, Esp.*

Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos - FAESO  
dirceulopes@faeso.edu.br

**Palavras-chave:**  
Responsabilidade social  
corporativa;  
Stakeholders;  
Balanço social.

**Palabras-clave:**  
Responsabilidad social  
corporativa;  
Stakeholders;  
Balance social

**Key words:**  
Corporate social  
responsibility;  
Stakeholders;  
Social balance

**Resumo:** Os modelos de gestão baseados somente na obtenção de lucros já não atendem às necessidades empresariais. Atualmente, a gestão baseada na responsabilidade social corporativa vem ganhando espaço no meio empresarial. Cada vez mais as empresas vêm empregando valores éticos, princípios de desenvolvimento sustentável e o Triple Bottom Line, contemplando assim o resultado econômico, a relação com os stakeholders, a adição de valor à sociedade e a proteção ao meio ambiente. A sociedade, consciente do papel das empresas, exige destas o comprometimento com as questões sociais. Neste sentido, este ensaio teórico busca demonstrar como o Balanço Social, uma prestação de contas da empresa para com a sociedade, pode ser utilizado como um instrumento estratégico de desenvolvimento corporativo frente ao mercado globalizado.

**Resumen:** Este artículo visa contribuir para la consolidación del campo de estudios de la responsabilidad social en Brasil, abordando el tema de la inversión social privada. Inicialmente, los autores proceden a una discusión sobre los fundamentos de la responsabilidad social y de la inversión social privada. En seguida, presentan un cuadro de análisis de la inversión social privada - inédita - y, finalmente, relatan la metodología y los resultados de una pesquisa sobre la inversión social realizada en dos grandes grupos empresariales del sector bancario, uno nacional y otro multinacional. Los datos de la pesquisa son interpretados a través del cuadro de análisis propuesto.

**Abstract:** This article seeks to contribute to the consolidation of a field of study on social responsibility in Brazil, addressing the theme of corporate social investment. Initially, the authors offer a discussion on the foundations of social responsibility and corporate social investment, next, they present a picture of analysis of corporate social investment - published here for the first time -, and finally, they describe the

methodology and the results of a study on social investment carried out in two large business groups in the banking sector, one national and the other multinational. The research data is interpreted by means of the proposed context of analysis.

## 1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas verificou-se um contínuo crescimento das atividades econômicas, que, segundo Ribeiro e Lisboa (1999, p. 72) foi motivado pelo processo de globalização da economia mundial, através da interação econômica dos países, incluindo o Brasil que a partir da década de 90 passou por uma profunda abertura econômica internacional.

Neste ambiente globalizado, onde as organizações empresariais conquistam novos clientes ao mesmo tempo em que duelam com concorrentes mundiais, a forma como seus administradores vêm conduzindo suas gestões sofreu também significativas alterações.

Na atual conjuntura global, a maximização do patrimônio não é o único propósito a ser perseguido pelos administradores, outros elementos ligados aos grupos de stakeholders das entidades também devem ser levados em consideração no momento de qualquer tomada de decisão.

Questões como a gestão ambiental (meio ambiente natural), a satisfação dos clientes internos (colaboradores), o compromisso ético com os clientes externos e investidores e principalmente o impacto social das atividades da empresa são hoje alguns outros indicadores a serem utilizados pelos gestores.

A margem dos reflexos da globalização, as mudanças no processo de gestão das empresas foram desencadeadas também pela pressão exercida pela sociedade, que está cada dia mais consciente do papel que as empresas devem assumir para que suas atividades proporcionem um saldo positivo entre os benefícios apresentados à sociedade e os malefícios de suas atividades que provoquem danos ao meio ambiente natural ou à integridade física e social das pessoas que direta ou indiretamente interajam com estas organizações.

A sociedade pressiona há tempos para que as empresas possuam responsabilidade social corporativa, que em nada se confunde com assistencialismo ou promoção social. Que pautem seus valores e sua missão em benefício da sociedade, buscando agir com respeito, compromisso e ética na relação empresa-sociedade.

A valorização das questões sociais pelas empresas se alicerça também no pressuposto de que estas últimas nasceram com o propósito de oferecer à sociedade, bens e serviços que viessem a suprir as necessidades de consumo desta, fortalecendo assim a tese de que as organizações empresariais devam informar sobre seus atos à sociedade com a qual se interajam.

Neste cenário, onde os administradores devam utilizar além dos indicadores econômicos, também os sociais e os ambientais, as tradicionais peças contábeis que serviam como instrumentos de suporte ao processo de tomada de decisão já não atendem com eficácia à administração. Emergiu a necessidade de se implantar demonstrações contemporâneas que contemplassem esses novos indicadores de gestão, auxiliando os administradores e ao mesmo tempo informando a sociedade.

O Balanço Social surge então como uma importante demonstração contábil que se consolida como um instrumento capaz de auferir o nível de responsabilidade social corporativa das empresas.

A gestão socialmente responsável das empresas e o uso do Balanço Social como instrumento de aferição desta prática devem permear o processo estratégico destas organizações uma vez que, assim como assevera Oliveira (2002, p. 7), a responsabilidade social corporativa "vem se transformando numa poderosa vantagem competitiva das organizações frente a seus concorrentes" e com certeza transformando-se num fator de sobrevivência num mercado globalizado.

## **2 A ADMINISTRAÇÃO BASEADA NA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

Machado Filho (2002, p. 43) explica que a definição de responsabilidade social corporativa não é tão simples como possa parecer. Conforme assevera Borger (2001, p. 08), o conceito "é complexo e dinâmico, com significados diferentes em contextos diversos, exigindo reflexões sobre o tema".

Esta é a mesma posição assumida pela Business Social Responsible Institute (BSR, 2005), ao explicar que o conceito de responsabilidade social corporativa compreende as decisões de negócios tomadas com base em princípios éticos e legais que incorporam o respeito pelas pessoas, a comunidade e o meio ambiente, já que não existe uma definição unicamente aceita para o termo.

Machado Filho (2002, p. 43) reforça a questão da complexidade em torno do tema ao observar que o que é considerado um comportamento ético ou socialmente responsável pode variar de forma significativa em função do ambiente institucional no qual as empresas se inserem.

Na busca deste conceito, Oliveira (2002, p. 5) ensina que:

O conceito de Responsabilidade Social é amplo, referindo-se à ética como princípio balizador das ações e relações com todos os públicos com os quais a empresa interage: acionistas, empregados, consumidores, rede de fornecedores, meio ambiente, governo, mercado, comunidade. A questão da Responsabilidade Social vai, portanto, além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade. Significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na responsabilidade social das relações e na geração de valor para todos.

Para Ashley (2002, p. 13), a responsabilidade social corporativa pode ser definida como:

[...] o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo pró-ativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.

Mattar (2004, p. 318-317) corrobora para este conceito, ao explicar que as empresas possuem responsabilidades mais amplas que vão além da simples proteção dos acionistas alcançando a todos os que com elas se interajam ou por elas sejam afetados.

No entanto, existe ainda a corrente daqueles que defendem a posição dos stockholders em contraposição a dos stakeholders, como Friedman (1970) cujo argumento é de que as empresas atingem a responsabilidade social ao produzirem lucros e utilizarem estes para o aumento do valor de mercado das empresas, protegendo aos acionistas e garantindo o bem-estar social de forma equivalente.

Esta corrente baseia-se na contraposição da visão dos stakeholders defendendo que as ações de responsabilidade social afrontam os direitos à propriedade e à função institucional das organizações, ao assumirem o papel de outras instituições como o governo, igreja, sindicatos etc.

Segundo Torres (2005), a idéia de responsabilidade social corporativa é relativamente nova e nasceu no início do século XX, se popularizando a partir dos anos 70 nos Estados Unidos e no continente Europeu, particularmente na França, Alemanha e Inglaterra. No Brasil, as primeiras manifestações neste sentido aconteceram somente no final da década de 70.

No início, os avanços neste sentido foram motivados por pressões das classes trabalhadoras que protestavam por melhores condições de trabalho. Ao longo do tempo, estas pressões conquistaram também a adesão de grupos de ecologistas, que passaram a pressionar as empresas a adotarem processos de produção mais limpos. Atualmente, as pressões passam por todos os seguimentos da sociedade, que exigem das empresas o comprometimento com questões éticas, ambientais e sociais.

É lícito reconhecer, porém, que, muito desta preocupação com o social foi motivada pela ineficiência do Estado em cumprir suas atividades institucionais como saúde, saneamento básico, educação, infraestrutura e segurança pública.

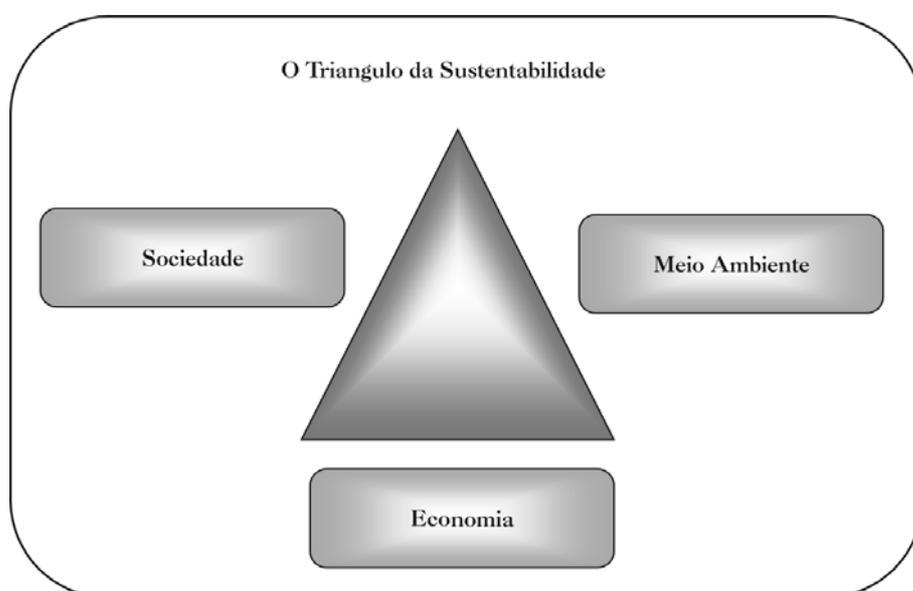
Deste modo, verifica-se que a administração baseada na responsabilidade social corporativa é aquela que contempla não só os anseios dos stockholders, ou acionistas, mas também os dos stakeholders, que incluem todos aqueles que têm algum risco ou interesse naquilo que a organização realiza no seu cotidiano.

Os administradores devem conduzir as empresas como se estas fossem agentes sociais no processo de desenvolvimento, assumindo o papel não só

de produtoras de bens e serviços, mas de responsáveis pelo bem estar de seus colaboradores, clientes consumidores e da sociedade como um todo, conforme ensina Sucupira (2005).

Mancini et. al. (2004, p. 3 a 5) asseveram que as empresas devem caminhar para a sustentabilidade, que hoje se baseia em um resultado final tríplice ou Triple Botton Line (conceito em inglês), que compreende um conjunto de variáveis que buscam permitir às empresas criarem valor econômico, social e ambiental (figura 1).

Figura 1: Representação das variáveis que compõem o Triple Botton Line.



Fonte: Os autores.

A gestão socialmente responsável deve ser assumida como uma nova filosofia empresarial onde as empresas devam resgatar princípios éticos e morais e enfocá-los com caráter de natureza estratégica, motivando-as assim a realizarem e a publicarem seus Balanços Sociais como forma de medir o exercício da responsabilidade corporativa de seus negócios.

### 3 MODELOS DE GESTÃO E CERTIFICAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Com o crescimento das ações sociais dentro das empresas e a migração cada vez mais freqüente para processos de gestão que incorporem os princípios da responsabilidade social, surgiram várias entidades com intuito de auxiliar, desenvolver e certificar estes processos.

O ISEA, Institute of Social and Ethical AccountAbility, de Londres, Inglaterra, desenvolve desde 1999 a norma AA1000 que tem como objetivo criar um padrão internacional de gestão de responsabilidade social corporativa, cuja característica principal é a comunicação com os stakeholders. Norma esta que vem sendo testada em diversas organizações pelo mundo, conforme assevera Sillanpää (2005).

Dentre alguns procedimentos elementares da AA1000 está a obrigação das empresas seguirem um processo contínuo de ciclos de atividade que envolve desde a definição de valores até a avaliação do desempenho das metas projetadas.

Todo o processo de comunicação e divulgação dos relatórios da organização passa a incorporar os princípios da norma (quadro 1), dentre eles o Balanço Social que acaba por trazer informações diretamente relacionadas aos stakeholders.

Quadro 1: Princípios de qualidade da norma AA1000.

Área de referência:	Princípios:
Escopo e natureza do processo	Completude - qualidade Materialidade Regularidade e oportunidade
Significado da Informação	Garantia de qualidade dos dados Acessibilidade Qualidade da informação
Gestão de processo contínuo	Integração de sistemas Melhoria contínua

Fonte: adaptado do site [www.bsd-net.com](http://www.bsd-net.com).

Além da AA100 do ISEA, outros organismos atuam na criação de normas que visam a padronização dos processos de gestão socialmente responsável, como a associação Ethical Trading Initiative que atua na promoção do comércio ético e a GRI, Global Reporting Initiative. Esta última criada em 1997 e que possui ligação com a ONU, Organização das Nações Unidas, objetiva disseminar e desenvolver processos de sustentabilidade.

No campo da certificação dos processos de responsabilidade social corporativa, a pioneira é a Social Accountability 8000 (SA8000), lançada em

1997 pela CEPAA, Council on Economics Priorities Accreditation Agency, atualmente chamada SAI - Social Accountability International, organização não-governamental norte-americana.

A norma é composta por nove requisitos:

- Trabalho infantil: não é permitido
- Trabalho forçado: não é permitido
- Saúde e segurança: devem ser asseguradas
- Liberdade de Associação e negociação coletiva: devem ser garantidas
- Discriminação: não é permitida
- Práticas Disciplinares: não são permitidas
- Horário de Trabalho: não deve ultrapassar 48hs/semana, além de 12hs-extra/semana
- Remuneração: deve ser suficiente
- Sistemas de gestão: deve garantir o efetivo cumprimento de todos os requisitos

#### **4 BALANÇO SOCIAL: UMA PRESTAÇÃO DE CONTAS A SOCIEDADE**

O Balanço Social é composto por um conjunto de demonstrações de caráter contábil, econômico e financeiro cujo objetivo é levar ao conhecimento da sociedade o maior número de informações possíveis sobre o comprometimento social da empresa que o publica. Uma prestação de contas da empresa para com a sociedade.

O sociólogo Herbet José de Souza, o Betinho, um dos fundadores do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) afirma que "realizar o Balanço Social significa uma grande contribuição para consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática" (SOUZA, 2005).

Costa Filho (2003, p. 14) apresenta o Balanço Social como um instrumento que "busca demonstrar o grau de responsabilidade social assumido pela empresa e assim prestar contas à sociedade pelo uso do patrimônio público".

Alguns pesquisadores apontam a Alemanha como o local onde teria iniciado, na década de 20, o esforço para a apresentação de um tipo especial de informe que tomou hoje o nome de Balanço Social, outros, porém, mencionam os Estados Unidos como precursor no desenvolvimento deste tipo de relatório, mas sem dúvida foi a França, em 1977, o país onde esta prática foi regulamentada por lei (Lei nº 77.769 du 12 juillet 1977 relative au bilan social de l'entreprise) muito embora o enfoque desta lei seja reservado às informações relativas à área de recursos humanos.

Na Espanha, segundo Tinoco (2001, p. 28), a elaboração e divulgação do balanço social não são obrigatórias, mas algumas empresas o fazem por entender que esta prática eleva os padrões de governança corporativa da

empresa junto aos seus stakeholders, quais sejam, os acionistas, os trabalhadores, os sindicatos, os formadores de opinião e a sociedade como um todo.

Em Portugal, pode-se dizer que o desenvolvimento do conceito de balanço social, inicialmente proposto para a iniciativa privada, onde empresas com pelo menos 100 funcionários no ano civil devem elaborá-lo, evoluiu e, atualmente, este demonstrativo também é elaborado pelo setor público, cuja norma legal, o Decreto-Lei de número 190/96, de 9 de outubro de 1996, determina sua obrigatoriedade a todos os serviços e organismos da administração pública central, regional e local, que no ano civil empreguem no mínimo 50 trabalhadores, independente da forma jurídica estabelecida na sua relação de emprego e renda.

Atualmente, os países onde o uso do Balanço Social está mais difundido são justamente os países onde o desenvolvimento sócio-econômico está também mais desenvolvido. Conforme citado por De Luca (1998, p. 49) e identificado no quadro 2 os países que detêm um desenvolvimento maior sobre Balanço Social os apresentam sob formas e enfoques bem diferenciados.

Quadro 2: Enfoque de apresentação do Balanço Social em alguns países do mundo.

País:	Enfoque:
Estados Unidos	Ênfase para os consumidores / clientes e a sociedade em geral; qualidade dos produtos, controle de poluição, contribuição da empresa às obras culturais, transportes coletivos e outros benefícios à coletividade; abordagem de caráter ambiental.
Holanda	Enfoque para informações sobre as condições de trabalho.
Suécia	Ênfase nas informações para os empregados.
Alemanha	Enfoque para as condições de trabalho e aspectos ambientais.
Inglaterra	Forte discussão sobre responsabilidade social e grandes pressões para divulgação mais ampla dos relatórios sociais.
França	Enfoque para informações aos empregados; nível de emprego, remuneração, condições de trabalho e formação profissional.

Fonte: De Luca (1998).

No Brasil, o Balanço Social foi tema de discussão pela primeira vez em 1974 quando a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas - ADCE criou o "Decálogo do Empresário Cristão", cujos princípios prevêm que a empresa tenha uma função social.

Somente em 1977 esta mesma entidade começou a organizar estudos sobre um modelo de Balanço Social, estudos estes que não surtiram efeitos práticos, pois apenas sete anos depois foi elaborado e publicado o primeiro Balanço Social de uma empresa no Brasil, o demonstrativo da empresa Nitrofértil S.A.

Este modelo foi utilizado em 1986 pelo Comitê de Divulgação do Mercado de Capitais - CODIMEC e em 1991 a empresa Telebrás publica a primeira Demonstração do Valor Adicionado. Em 1992 a extinta Companhia Metropolitana de Transportes Coletivos - CMTC e o Banespa também publicam suas primeiras Demonstrações do Valor Adicionado.

Depois destas primeiras publicações, o assunto voltou a ser tema de discussão por iniciativa do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE, através de seu presidente, o sociólogo Herbet José de Souza que, segundo Mendes (1998, p. 78), "deu nova força ao debate em torno do tema do Balanço Social".

Está idéia deu origem ao projeto de lei nº 3116/97 que posteriormente foi substituído pelo projeto de lei nº 32/99 que ainda está em tramitação na Câmara dos Deputados, cujo objetivo é obrigar as empresas a publicarem seus Balanços Sociais.

De acordo com este projeto de lei (se aprovado) o Balanço Social deverá conter dados sobre faturamento, empregados (quantidade, remuneração, sexo, faixa etária etc...), encargos sociais e tributos pagos, investimento em segurança, em meio ambiente, em benefícios à comunidade externa à empresa etc.

A obrigatoriedade da apresentação sem dúvida é hoje o principal ponto de discussão entre as entidades envolvidas no processo de divulgação e estudo sobre o Balanço Social. A Comissão de Valores Mobiliários (CVM), em 1997, colocou em discussão a implementação do Balanço Social e sua obrigatoriedade em audiência pública, a fim de obter elementos para oficializar sua posição sobre o assunto. Contudo, trata-se de um tema polêmico e de difícil consenso. Silva (1998, p. 35) menciona alguns trechos da carta enviada a CVM pela ABRASCA - Associação Brasileira das Empresas de Capital Aberto, com o resultado desta audiência:

[...]A regulamentação do Balanço Social, qualquer que seja ela, é uma posição retrógrada em relação à liberdade que as empresas devem ter para apresentar ou não, de maneira explícita, sua contribuição social [...] A par das desvantagens decorrentes do Custo Brasil, entre os quais destacam-se os enormes encargos sobre a mão-de-obra, o balanço social compulsório seria um fator a mais de desigualdade contra as Companhias Abertas, se só elas forem obrigadas a elaborá-lo, ou para todas as empresas brasileiras, caso a

obrigatoriedade seja geral, tanto pelos custos de sua elaboração como pela revelação unilateral de informações estratégicas.

Outra opinião contrária à regulamentação do Balanço Social é a de Perottoni (1998, p.82). Para ele, tornar obrigatória a publicação das ações sociais das organizações afronta o princípio fundamental do espírito liberal que regula as relações sociais. Afirma ainda que o Brasil deveria seguir os modelos adotados pelos Estados Unidos, Alemanha, Holanda, Inglaterra e Bélgica, onde não existe compulsoriedade para apresentação do Balanço Social, mas sim a publicação como parte integrante do processo estratégico das organizações, que ao realizarem a publicação de suas ações sociais expõem a sociedade todo o impacto positivo e negativo que causam através de seus negócios, demonstrando, no mínimo, responsabilidade.

## 5 METODOLOGIA PARA ELABORAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL

Na elaboração do Balanço Social, Kroetz (2000, p. 108) sugere a observância de alguns princípios, que poderão dar ao demonstrativo maior eficácia e credibilidade, dentre os quais destacam-se:

- 1) Princípio da objetividade: este princípio baseia-se na premissa de que todas as informações deverão ser fidedignas aos fatos que estão sendo relatados, portanto, não se deve permitir que juízos de valor interfiram naquilo que está sendo relatado.
- 2) Princípio da continuidade: neste caso, busca-se garantir que as informações possam ser comparadas em diferentes períodos, portanto é necessário que a coleta dos dados ocorra de forma constante.
- 3) Princípio da pertinência: aqui é necessário observar até que ponto a informação é de fato relevante para os stakeholders. A relação entre o custo da elaboração e divulgação do demonstrativo e o retorno propiciado pela transparência deve ser positiva ou favorável.
- 4) Princípio da uniformidade: é necessário que haja uma padronização no que se refere aos procedimentos metodológicos para a elaboração do balanço social, bem como a utilização de notas explicativas quando alterações se fizerem necessárias.
- 5) Princípio da certificação: o relatório deve permitir uma certificação por agente externo, garantindo, assim, a credibilidade das informações prestadas.

## 6 INDICADORES DO BALANÇO SOCIAL

Com o propósito de informar a sociedade sobre o comprometimento da empresa na atuação ética e socialmente responsável, o modelo de Balanço Social vem sendo proposto por diversos institutos que pesquisam este tema, como por exemplo o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e o Instituto Ethos de Responsabilidade Social,

que propõem um demonstrativo composto por três categorias de indicadores: os indicadores sociais, os indicadores da riqueza gerada e distribuída e os indicadores ambientais.

### 6.1 INDICADORES SOCIAIS (INTERNOS E EXTERNOS)

O empresário conscientizou-se de que os colaboradores que mais produzem para a empresa são aqueles que trabalham com elevados índices de satisfação e motivação. Isto não se consegue somente com boas remunerações, mas com a adoção de estratégias que visem a promoção social dos colaboradores internos e seus familiares.

Incluir a família no relacionamento entre o empregado e a empresa também tem sido muito utilizado pelas empresas, além, é claro, de proporcionar condições adequadas para a execução das atividades laborativas.

Mas é claro que o atual estágio de conscientização da classe empresarial não foi um movimento espontâneo, mas sim o fruto de pressões ocorridas no passado, principalmente pelas entidades de classe e pelo Estado que através da coerção em forma de lei vem impondo procedimentos às empresas no sentido de implementar condições adequadas quanto à segurança e à saúde ocupacional dos trabalhadores.

No rol de informações prestadas em um Balanço Social podem ser encontrado o total da remuneração dos empregados, valor dos encargos sociais devidos sob a remuneração, valor dos benefícios indiretos concedidos aos empregados, valores gastos com treinamento de pessoal, valores despendidos com auxílio da família e demais valores despendidos inerentes à recursos humanos.

Além destes dados é bastante interessante que no Balanço Social conste também dados como: número de empregados, número de empregados do sexo feminino, número de empregados do sexo masculino que ocupam cargo de chefia ou gerência, nível de escolaridade dos empregados, porcentagem de empregados de cor branca, negra e amarela, e uma série de outros itens e dados que permitam ao público interessado obter uma visão da política social que a empresa desenvolve tanto quanto as remunerações como também quanto ao perfil de seus colaboradores evidenciando claramente qualquer forma de preconceito ou mesmo tendências raciais.

O projeto de lei nº 32/99, que substitui o projeto de lei nº 3116/97, que obriga as empresas a apresentarem o Balanço Social, é enfático quanto à apresentação dos dados referentes aos recursos humanos das empresas e em seu artigo 3º descreve quais as informações que devem ser exibidas nesta publicação, conforme pode ser observado no quadro 3.

Além dos indicadores sociais internos, existe também um compromisso ético em demonstrar as ações da empresa que repercutem de forma direta na sociedade, considerada aqui como um ambiente externo.

Normalmente confundida como filantropia, a atuação socialmente responsável nada possui de caráter filantrópico, ou seja, a doação de recursos financeiros para uma ou mais entidades que promovam ação social. Assim, todas as ações que, de uma forma direta ou indireta beneficiem a sociedade, deverão ser informadas no Balanço Social, tais como: atividades desenvolvidas em sistema de voluntariado, atividades de relacionamento sociedade-empresa, criação de grupos de ensino que incluam a sociedade etc.

Quadro 3: Principais indicadores sociais internos a serem apresentados no Balanço Social segundo o projeto de lei n° 32/99.

Resumo do artigo 3 :
I - A empresa: faturamento bruto; lucro operacional; folha de pagamento bruta, detalhando o total das remunerações e valor total pago a empresas prestadoras de serviço
II - Os empregados: número de empregados existentes no início e no final do ano, discriminando a antigüidade na empresa; admissões e demissões durante o ano; escolaridade, sexo, cor e qualificação dos empregados; número de empregados por faixa etária; número de dependentes menores; número mensal de empregados temporários; valor total da participação dos empregados no lucro da empresa; total da remuneração paga a qualquer título às mulheres na empresa; percentagem de mulheres em cargos de chefia em relação ao total de cargos de chefia da empresa; número total de horas-extras trabalhadas; valor total das horas-extras pagas;
III - Valor dos encargos sociais pagos, especificando cada item;
IV - Valor dos tributos pagos, especificando cada item;
V Alimentação do trabalhador
VI Gastos com educação continuada;
VII - Saúde dos empregados;
VIII Investimentos em segurança no trabalho;
IX - Outros benefícios;
X - Previdência privada e planos especiais de aposentadoria;

Fonte: Projeto de lei n° 32/99, artigo 3°.

## 6.2 INDICADORES DA RIQUEZA GERADA E DISTRIBUÍDA

Ribeiro e Lisboa (1999, p. 80) afirmam que em termos ideais somente poderiam exercer suas atividades as empresas cujos benefícios de sua existência fossem positivos. Assim, as informações que levam em consideração a riqueza gerada e distribuída pela empresa aos stakeholders devem ser um pilar de sustentação do Balanço Social.

Contabilmente, a melhor forma de medir a geração e distribuição da riqueza oferecida aos stakeholders é através da DVA, Demonstração do Valor Adicionado, que se apresenta de forma muito mais interessante do que as tradicionais peças contábeis existentes.

Segundo De Luca e Brandão (1998, p. 66) esta demonstração acaba por extrapolar o conceito de lucro gerado pela empresa somente em benefício dos sócios ou acionista, oferecendo à sociedade um número muito maior de informações que permitam demonstrar a capacidade desta em gerar e distribuir recursos na cadeia de produção.

De Luca (1991, p 70) define ainda:

O valor adicionado é também definido como a remuneração dos esforços desenvolvidos para a criação da riqueza da empresa. Esses esforços são, em geral, os empregados, que fornecem a mão-de-obra, os investidores, que fornecem o capital, os financiadores, que emprestam os recursos, e o governo que fornece a lei e a ordem, infra-estrutura sócio-econômica e os serviços de apoio.

Esta demonstração contábil é composta por entradas que se originam das vendas dos produtos e serviços acrescidas das receitas financeiras; por saídas através do consumo de matérias-primas, bens de consumo em geral e dos serviços de terceiros; e, por último, compõem esta demonstração as destinações, ou seja, o montante gerado pela organização que realmente foi adicionado à sociedade, seja na forma de salários e encargos, tributos, remuneração de capitais de terceiros, reservas da própria empresa e remuneração aos sócios ou acionistas.

A DVA pode ser utilizada por diversos segmentos da sociedade desde os acionistas que buscam retorno sobre o capital investido, passando pelos empregados e sindicatos que podem verificar a riqueza gerada pela empresa e qual é a participação dos empregados na distribuição desta, bem como o Estado que pode realizar estudos no sentido de evitar elisão e sonegação fiscal.

De Luca (1998, p. 71) propõe até que a fórmula de cálculo do PIB (Produto Interno Bruto) seja alterada passando-se a utilizar as Demonstrações do Valor Adicionado das organizações para esse cálculo.

## 6.3 INDICADORES AMBIENTAIS

Por muito tempo as empresas mantiveram suas atividades sem qualquer preocupação com o uso e controle do meio ambiente natural. Como

consequência deste uso indiscriminado dos recursos naturais, existe hoje um elevado número de regiões devastadas, com recursos hídricos em escassez ou poluídos e uma série enorme de malefícios incalculáveis à própria condição de sobrevivência humana, poluição atmosférica, entre tantas outras, conforme asseguram Ribeiro e Lisboa (1999, p. 77).

A preocupação com estas questões de ordem ambiental partiu, no início, dos organismos de proteção do meio ambiente e mais tarde do Estado que impôs medidas visando a diminuição da degeneração do meio ambiente.

Estes mecanismos coercitivos impulsionaram as empresas a aplicarem verdadeiras reengenharias em suas estruturas operacionais, com a implantação de equipamentos antipoluentes, treinamento de pessoal, modificação de fórmulas e desenvolvimento de tecnologias que não agridam ao meio ambiente.

À medida que o Estado passou a legislar sobre as questões ambientais, também surgiram normas internacionais de qualidade e controle ambiental, sendo a mais divulgada e conhecida a ISO 14000.

O que ficou claro para as empresas que já adotaram esta política de proteção dos recursos naturais é que em muitos casos a reestruturação dos processos de produção ocasionou um ganho econômico com a diminuição dos investimentos na eliminação de resíduos que deixaram de existir, pagamento de multas por danos ambientais e indenizações a trabalhadores e comunidades por problemas de saúde ocasionados com o manuseio ou contato com produtos tóxicos. Além disto, a própria preservação da raça humana é um compromisso ético, social e econômico para as empresas. Afinal, produção sem demanda acarreta resultados negativos.

Encontra-se hoje uma nova filosofia de gestão empresarial, a ecoeficiência, que segundo Mancini et al (2004, p. 4) incorpora a gestão ambiental aos objetivos econômicos contribuindo para o crescimento qualitativo da economia e não apenas o quantitativo.

A contabilidade também aprimorou seu sistema de registro permitindo assim que as empresas inserissem no contexto do Balanço Social um rol muito interessante de informações sobre o nível de investimentos na área do meio ambiente, conhecido como Balanço Ambiental ou Balanço de Gestão Ambiental.

Este demonstrativo permite à sociedade identificar com bastante clareza o volume de recursos alocados na aquisição dos "ativos ambientais", bem como identificar quais são os "passivos ambientais" contraídos pela empresa.

Embora não praticada por todas as empresas, Ribeiro (1998, p. 35) defende que ao informarem seu compromisso com a proteção do meio ambiente as empresas estão, por força de inibição de atos ilícitos, estimulando as demais empresas a também organizarem seus processos de produção com vistas a também diminuir ou eliminarem a produção de agentes nocivos ao meio ambiente.

Já para as empresas cujas atividades produzam naturalmente danos ao meio físico, Andrade (1999, p. 10-12) destaca a utilização do Balanço Ambiental como uma forma de evidenciar o que estas empresas estão fazendo no sentido de minimizar o impacto ambiental que produzem. Desta forma, mesmo que não se conheçam com certeza os impactos causados por uma empresa, pelo menos se pode conhecer o que esta empresa realiza para amenizar possíveis danos.

## **7 Os STAKEHOLDERS NO FOCO ESTRATÉGICO DAS ORGANIZAÇÕES**

Ao divulgarem seus Balanços Sociais as organizações colocam a disposição dos stakeholders um valioso instrumento de análise de seu comprometimento frente à sociedade, que acaba demonstrando claramente a importância que esta última representa para as primeiras.

Do ponto de vista estratégico, é vital demonstrar as ações das empresas dando transparência de seus negócios aos stakeholders e à sociedade. Esta transparência é valorizada pela sociedade que associa a imagem da corporação ao comprometimento ou não das questões sociais, refletindo diretamente no volume de negócios das empresas.

É verdade porém, que ao realizar tais demonstrações as empresas estão oferecendo instrumentos que podem propiciar críticas pela sociedade, mas que ao mesmo tempo demonstram maturidade das empresas no trato com os diversos segmentos que compõem a sociedade onde estas estão inseridas.

Cada segmento da sociedade em particular pode utilizar as informações do Balanço Social para satisfazer as suas necessidades:

Os acionistas - por serem aportadores de recursos nas empresas estão interessados tanto nas informações de rentabilidade como também nas informações sobre o perfil social da empresa. Com a grande facilidade de investimento principalmente nas companhias de capital aberto, encontra-se, não raramente, acionistas que desconhecem até mesmo o ramo de atividade e as instalações físicas das empresas onde estão investindo seus recursos. O Balanço Social, neste momento, é útil, pois fornece com clareza a política social da empresa, ou seja, quais benefícios proporciona a seus colaboradores, como aplica sua política de controle do meio ambiente e também qual o valor que adiciona para a riqueza da sociedade.

Os empregados - formam o conjunto de colaboradores que garantem a operacionalização da empresa. A manutenção dos níveis de satisfação e qualidade do trabalho é uma busca da empresa e pode ser notada pelos indicadores sociais internos constantes no Balanço Social.

Os fornecedores e os clientes - responsáveis pelo fornecimento e consumo de bens e serviços, respectivamente, são agentes que se interessam

pela qualidade dos produtos que estão sendo processados, portanto, estão diretamente ligados as informações quanto a gestão ambiental que constam no rol de informações do Balanço Social, entre outras.

As instituições financeiras - financiadoras, em muitos casos dos capitais para manutenção das atividades das empresas, estão diretamente interessadas nas condições econômicas e financeiras, mas também na forma como se está procedendo a destinação destes recursos, ou seja, se os investimentos concedidos não estão sendo aplicados em projetos que agridam ao meio ambiente, a saúde ocupacional dos colaboradores ou mesmo causando transtornos à sociedade local, denegrindo até mesmo a imagem destas fontes financiadoras.

Ribeiro e Lisboa (1999, p. 77) explicam que nos Estados Unidos se uma instituição financeira destinar recursos a empresas que de alguma forma utilizem estes recursos para realizar atividades que poluam ou devastem o meio ambiente, com certeza serão autuadas e obrigadas a repararem os danos causados por essas empresas.

O Governo - cuja finalidade é promover o bem estar da sociedade, necessita de recursos para exercer bem suas atividades, portanto, é de seu interesse as informações oriundas do Balanço Social, pois identifica a parcela de contribuição que as empresas estão deixando na sociedade, tanto em tributos recolhidos aos cofres públicos como também em salários e benefícios despendidos aos colaboradores.

Em resumo, a sociedade de um modo geral é parte interessada nas informações divulgadas no Balanço Social, tendo em vista que ao somarem os segmentos acima mencionados compor-se-ão quase todos os elementos da sociedade onde uma empresa pode estar inserida, sustentando assim a importância da atuação com responsabilidade social corporativa e do Balanço Social como parte integrante da estratégia de desenvolvimento das organizações empresariais.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gestão baseada em indicadores econômicos, sociais e ambientais, que incorpora os princípios da responsabilidade social é um modelo em crescimento na atualidade. Um número cada vez maior de empresas vem defendendo e adotando este modelo, pois perceberam que a verdadeira proteção aos stockholders está na valorização de toda a cadeia de stakeholders.

Os consumidores, grandes responsáveis pela manutenção das atividades das empresas, estão mudando seus hábitos de consumo. Hoje, não só a qualidade e o preço atraem o consumidor, eles estão cada vez mais preocupados em adquirir produtos elaborados por empresas que tenham um histórico de compromisso social.

A devastação do meio ambiente natural, através do uso indiscriminado dos recursos naturais ao longo do tempo, e a poluição atmosférica, que prejudicam diretamente a sobrevivência da raça humana, são questões que afetam os consumidores, administradores, empresários e a sociedade em geral.

Atentos a estas e a outras mudanças estruturais ocorridas no último século, os administradores estão resgatando a ética como princípio balizador dos negócios e a defesa aos interesses de toda a comunidade dos stakeholders, como elementos presentes no processo decisório.

Considerando que a manutenção das atividades das empresas passa necessariamente pela satisfação aos anseios da sociedade, estas devem adotar a filosofia da ecoeficiência, o conceito de responsabilidade social corporativa e a valorização da ética na conduta de seus negócios, como elementos estratégicos.

Neste contexto, ganha força também a elaboração e a publicação do Balanço Social, um demonstrativo contábil que se consolida como a grande prestação de contas das empresas na demonstração de seu compromisso ético e socialmente responsável.

Como instrumento de informação da conduta corporativa frente à sociedade, o Balanço Social deve passar também a fazer parte do pensamento estratégico das empresas, pois representa um legítimo instrumento de marketing que contribui para a imagem delas e corrobora para a melhoria da imagem de seus produtos, possibilitando assim a sobrevivência num mercado cada vez mais competitivo.

---

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, A. L. **Contabilidade Ambiental**: Os novos ativos e passivos de pequenas e grandes empresas. Revista Fenakon, São Paulo, v. 4, n.39, p. 10-12, março. 1999.
- ASHLEY, P. (Coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- BORGER, F. G. **Responsabilidade Social**: Efeitos da Atuação Social na Dinâmica Empresarial. 254 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- BUSINESS MEETS SOCIAL DEVELOPMENT. Disponível em: <http://www.bsd-net.com/sa8000mais.htm>. Acesso em: 23 mar. 2005.
- COSTA FILHO, A. V. **Um estudo dos Balanços Sociais do Banco do Brasil**. Disponível em: [http://www.ethos.org.br/docs/comunidade\\_academica/downloads\\_docs/um\\_estudo\\_dos\\_balancos\\_sociais\\_dos\\_bancos\\_no\\_brasil.doc](http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/downloads_docs/um_estudo_dos_balancos_sociais_dos_bancos_no_brasil.doc). Acesso em: 17 abr 2005.
- DE LUCA, M. M. M.. **Demonstração do Valor Adicionado**: Do Cálculo da Riqueza Criada pela Empresa ao Valor do PIB. São Paulo: Atlas, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Demonstração Valor Adicionado**. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - FEA/USP. São Paulo: USP, 1991.
- DE LUCA, M. M. M.; BRANDÃO, C. T. **Sua Excelência**: o Usuário. Revista de Contabilidade do CRC-SP, São Paulo, v. 2, n. 6, p. 66-75, novembro, 1998.
- FRIEDMAN, M. **The Social Responsibility of Business is Increase Its Profits**. N.Y.: New York Times Magazine, 13. set, 1970.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Disponível em: <http://www.globalreporting.org/about/brief.asp>. Acesso em: 18 mar. 2005.

IBASE - INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>. Acesso em: 09 mar. 2005.

KROETZ, C. E. S. **Balanco Social**: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2000.

MACHADO FILHO, C. A. P. **Responsabilidade Social Corporativa e Criação de Valor para as Organizações**: Um Estudo Multicasos. 204 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

MANCINI, S., et al. A influência da variável socioambiental na estratégia de uma indústria brasileira do setor químico. In: **XVII CONGRESSO LATINO AMERICANO DE ESTRATÉGIA**, 2004, Itapema, Estratégia para o Desenvolvimento e Inserção Global, , 2004, v. 1, n. 1.

MATTAR, J. **Filosofia e Ética na Administração**. São Paulo: Editora Saraiva, 2004.

MENDES, A. E. et al. **Balanco Social**: Exercício de Cidadania. Revista de Contabilidade do CRC-SP, São Paulo, v. 2, n. 6, p.76-82, novembro, 1998.

OLIVEIRA, A. L. de. **SA 8000**: O Modelo ISSO-9000 Aplicado à Responsabilidade Social. Rio de Janeiro: Qualitymark. 2002.

PEROTTONI, M. A. **Balanco social**: liberdade ou obrigatoriedade?. Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília, v. 17, n. 110, p.82, jan/fev. 1998.

Projeto de Lei nº 3116/97, **Cria o Balanco Social para as empresas que menciona e dá outras providências**. Câmara dos Deputados, Brasília, 14 de maio de 1997, deputada Marta Suplicy (PT/SP).

Projeto de Lei nº 0032/99, **Cria o Balanco Social para as empresas que menciona e dá outras providências**. Câmara dos Deputados, Brasília, 03 de fevereiro de 1999, deputado Paulo Rocha (PT/PA).

RIBEIRO, M. de S. **Custeio das Atividades de Natureza Ambiental**. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - FEA/USP. São Paulo: USP.1998.

RIBEIRO, M. de S., LISBOA, Lázaro P. **Balanco Social**. Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília, v. 18, n. 115, p.72-81, jan/fev. 1999.

SILLANPÄÄ, M. **AccountAbility appoints a Managing Director**. Disponível em: <http://www.accountability.org.uk/news/default.asp?id=101>. Acesso em: 10 mar.2005.

SILVA, C. G. da. **Disclosure de Informações Relativas ao Balanco Social e a Dimensão Socioeconômica da Ciência Contábil**: A vez dos Contadores de Aldeia. Revista de Contabilidade do CRC-SP, São Paulo, v. 2, n. 6, p.30-40, novembro. 1998.

SOUZA, H. **Balanco Social**: voluntário ou obrigatório? <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>. 10 mar.2005.

SUCUPIRA, J. **A responsabilidade social das empresas**. <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>. 08 abr.2005.

TINOCO, J. E. P. **Balanco Social**: Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações. São Paulo: Atlas, 2001.

TORRES, C. **Um pouco da história do Balanco Social**. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>. Acesso em: 19 abr. 2005.