

RESPONSABILIDADE SOCIAL: O ELO ENTRE A CONTABILIDADE E O SOCIAL

Fernanda Chiaradia Andrade de Oliveira¹, Maria Auxiliadora Antunes C. Souza²

¹UNIVAP - Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – São José dos Campos/SP – Rua José Alves dos Santos, nº. 391/14, Florada de São José – CEP 12230-081 – email-fernanda.chiaradia@gmail.com

²UNIVAP - Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – São José dos Campos/SP – Av. Shishima Hifumi, nº. 2911 – Urbanova, CEP 12244-000 – email- macs-antunes@ig.com.br

Resumo – Com a pesquisa podemos constatar que o tema Responsabilidade Social está a cada dia tomando mais espaço na sociedade. As empresas perceberam que um país com a proporção do Brasil, com tantas mazelas e desníveis sociais, necessita de cooperação, além da atuação dos governos municipais, estaduais e federal, para o desenvolvimento da comunidade no tocante às necessidades básicas, como alimentação e saúde, e, também, das necessidades intelecto- culturais. O conceito de Responsabilidade Social tem crescido no Brasil por força da imagem institucional que as empresas que atuam com esse segmento possuem no mercado, até mesmo explorando esse diferencial e, com isso, conseguindo obter melhores resultados financeiros. A consciência social que essas atividades têm produzido só tem trazido benefícios à empresa, pois ao exercer a cidadania empresarial a organização conta com vantagens tributárias e um desempenho empresarial excepcional. Em função disto, as entidades têm utilizado cada vez mais a Contabilidade Social, ramo da contabilidade que propõe tornar mais transparente os dados obtidos pela Responsabilidade Social.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Contabilidade, Balanço Social, Benefícios.

Área do Conhecimento: IV Ciências Sociais Aplicadas

Introdução

Nesta última década, as empresas perceberam que poderiam torna-se diferentes e mais atrativas para seus consumidores a partir do momento em que, além de obterem retornos financeiros, estivessem preocupadas em cooperar para transformar o mundo em que estão inseridas em um lugar melhor e mais saudável para se viver.

Percebe-se que a Responsabilidade Social não tem mais condições de ser sustentada apenas pelos governos e pelas ONG's, dessa forma ela vem transformando a vida das organizações. Com o auxílio de muitos voluntários e de empresas especializadas, o país deu um grande salto e hoje conta com várias ações transformadoras em todos os seus Estados, incentivando e auxiliando pessoas desprovidas de recursos à participação mais ativa e justa na sociedade, por meio de programas de combate à fome e de incentivos à educação, saúde, esportes, cultura e lazer, entre outros.

Este trabalho tem como objetivo aprofundar o conhecimento referente aos benefícios que as empresas adquirem em se tornarem empresas cidadãs, analisando e avaliando o retorno sócio - econômico obtido através da demonstração da Contabilidade Social.

Metodologia

Para a constatação do objetivo a pesquisa teve fins descritivos, porque visou expor as vantagens que as empresas cidadãs ganham ao exercerem a Responsabilidade Social. Bibliográfica e

documental, a pesquisa foi realizada por meio de livros, revistas e artigos disponibilizados na Internet, e do levantamento de dados da empresa Banco Itaú S.A (Balanço Social e Demonstração do Resultado do Exercício).

Definição de Responsabilidade Social

Responsabilidade Social é a atitude participativa da empresa no meio em que está inserida. É a atuação com respeito e consideração não só no ambiente profissional e no mercado em que atua, mas, também, na promoção do desenvolvimento e colaboração à população ao redor, por meio de ações que permitam o crescimento social e cultural, com programas desenvolvidos em várias áreas, como educação, higiene e saúde, esportes e cultura, entre outras.

Para o Instituto Ethos, organização não-governamental criada para mobilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, a responsabilidade social empresarial é,

“Uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e conseguir incorporá-los ao planejamento de sua atividades; buscando atender às demandas de todos, não apenas de acionistas ou proprietários”.

Acrescenta ainda que a empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos; ela se preocupa em observar as condições adequadas de segurança e saúde dos trabalhadores, e o faz por acreditar que dessa forma será uma empresa melhor. Assim, estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa.

No começo do que se chama "Responsabilidade Social", a filantropia era a maior vertente existente e sua característica principal era a benemerência do empresário, com as doações que fazia para entidades de assistência. O objetivo de se tornar uma empresa cidadã hoje, com o foco na Responsabilidade Social, passa a ser o de assegurar um desempenho ético ambiental na companhia, melhorando, assim, a qualidade de vida e o desempenho dos funcionários, o relacionamento com os clientes e com a própria comunidade e, principalmente, a imagem que esses trabalhos transmitem à sociedade.

A Responsabilidade Social deve surgir de forma natural e espontânea, com o objetivo de ouvir os interesses de todas as partes, desde os acionistas até clientes e a população em geral. Os fatores que no Brasil impulsionam esse conceito de Responsabilidade Social são a concorrência acirrada e o impacto da divulgação das ações sociais nos meios de comunicação.

Conceito de empresa cidadã

As empresas no Brasil e no mundo estão passando por profundas mudanças, reflexo das transformações nos focos corporativos. Com o tempo, investem mais pesadamente em tecnologias, para buscar a excelência em seus produtos ou serviços, aumentando, assim, a sua produtividade. Formulam, também, estratégias para encarar a concorrência, com o objetivo de aumentar, anualmente, os seus lucros.

A partir do momento que a empresa se mostra interessada pela saúde e bem estar dos seus colaboradores e familiares, ela assume uma postura socialmente responsável, e, conseqüentemente, passa a ser admirada e bem vista por toda a comunidade. Outro fator de destaque é a preocupação com o meio ambiente. Com a atual situação do planeta, as empresas estão atuando, com avanços significativos, no combate às causas, e cada vez mais investindo em projetos ligados a esse assunto.

Com todos esses fatores lhe é proporcionado um círculo de clientes orgulhosos em comprar produtos de uma empresa com todo esse grau de comprometimento; os fornecedores estarão motivados para criar parcerias. O público interno por sua vez, estará trabalhando muito mais

produtivamente, o que, naturalmente, faz a empresa vender mais e melhor, com maior qualidade e maior produção, aumentando, assim, seu lucro, ou seja, crescendo, mas com um desenvolvimento conjunto, entre ela e toda a população.

Devido à crescente atuação neste segmento surge a necessidade de elaborar e apresentar informações sobre as atividades relacionadas com essa responsabilidade, por isso a Contabilidade Social aparece como uma necessidade da empresa de contar com informação pertinente para tomar decisões inteligentes com relação à gestão social, medindo o impacto da entidade na sociedade através da apresentação periódica de um informe social.

Certificações e Benefícios

A responsabilidade social agora também possui seus processos de certificação, assim como os de qualidade (ISSO 9000) e meio ambiente (ISSO 14000). O objetivo é atestar o grau de responsabilidade social da empresa para poder então conseguir a certificação de empresa-cidadã. Essas implantações geram alguns custos para a empresa, mas, num futuro próximo, é possível que essa seja uma condição imprescindível para uma boa aceitação no mercado, já que a organização passa a ser um exemplo de empresa-cidadã.

Outra certificação importante é AA 1000, ela foi lançada pelo *Institute of Social and Ethical Accountability*, no Reino Unido, em 1999, e tem como objetivo monitorar as relações entre a empresa e a comunidade onde está inserida.

Já faz algum tempo que há tentativas de implantação da "Lei de Responsabilidade Social", e, com o seu auxílio, poderão ser definidas metas sociais anuais que estabeleçam normas e políticas públicas voltadas para a responsabilidade social na gestão do Estado, gerando, assim, um compromisso maior com os problemas sociais do país.

Segundo o deputado *Luiz Eduardo Greenhalgh* (PT-SP), aprovar essa nova lei é criar uma política de Estado que permita avançar de forma sustentável e permanente na redução das desigualdades sociais.

De acordo com o Projeto de Lei nº 3.116, de 1997, as empresas serão obrigadas a demonstrar em seu Balanço Social vários itens que são gerados ao exercerem a Responsabilidade Social, como, por exemplo, faturamento bruto, lucro operacional, folha de pagamento bruto, detalhando o total das remunerações, e valor total pago às empresas prestadoras de serviço. De acordo com TINOCO (2001, p.14), "O Balanço Social é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, da

forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários, entre estes os funcionários". O Balanço social é o instrumento contábil que é elaborado por especialistas e auditores externos, ele tem como objetivo informar o resultado da interação da empresa com o meio em que está inserida.

É certo que as empresas adquirem alguns incentivos fiscais, em média 2% sobre o lucro operacional e mais 1%, dependendo do Estado e do tipo de ação social (Neto, 2001, págs. 97 e 171). A contribuição também pode ser feita com a destinação de parte do Imposto Renda: a porcentagem destinada é de até 6% para a pessoa jurídica e pessoas físicas, conforme Lei Federal 8069/90, Lei 9532/97 e legislações estaduais e municipais.

De acordo com a explicação do ex-presidente do Conselho de Contabilidade do Rio Grande do Sul (RS), *Enory Spinelli*, para fazer doações descontadas do IR é preciso um planejamento detalhado do volume de impostos a serem recolhidos mensalmente, pois a doação é feita no ano em exercício-antes das declarações. Além disso, só podem doar empresas que declaram o IR pelo lucro real, e a maioria delas, de pequeno e médio portes, usa as modalidades de lucro presumido ou simples. Muitos incentivam essa prática pelo simples fato de não enviar o dinheiro para o bolso do governo, preferindo enviá-lo a quem necessita.

Mas, não é possível falar de Responsabilidade Social, cidadania e benefícios sócio-econômicos se não houver ética no tratamento com os clientes, acionistas, fornecedores e empregados. A empresa certamente não sobreviverá, porque não há mais espaço para esse tipo de conduta. A transparência, aliada ao conceito da responsabilidade social, é fator determinante para o sucesso de um empreendimento, mesmo que isso cause um menor lucro num primeiro momento.

Os consumidores estão cada vez mais exigentes e conscientes, reconhecendo, assim, o valor das organizações que se pautam em atitudes éticas na fabricação de seus produtos e prestação de serviços. A preocupação com o engajamento social e a preservação do meio ambiente para viabilizar um desenvolvimento sustentável imprimem uma marca forte e socialmente responsável, capaz de atrair cada vez mais novos consumidores.

Resultados

A avaliação de projetos sociais e políticas públicas é um tema que cada vez mais ganha destaque e importância na busca de

aprimoramento das ações e investimentos sociais. Agrega-se, também, a avaliação econômica que se torna um instrumento disponível, que vem medir em termos monetários o retorno econômico da empresa.

Para exemplificar as ações sociais desenvolvidas pelas empresas, a fim de melhorarem a sua imagem e proporcionarem um desenvolvimento contínuo e integrado à sociedade como um todo, serão analisadas práticas sociais do Banco Itaú S. A., que desenvolve vários projetos bem estruturados nas áreas de educação e saúde.

De acordo com o Diretor - presidente *Roberto Egydio Setúbal*, a sustentabilidade significa para o Banco uma atuação que visa o desempenho econômico, sendo pautada por valores que privilegiam a equidade social e a responsabilidade ambiental. Com esse conceito no centro da estratégia da organização, seu crescimento tem sido consistente, buscando resultados de longo prazo e relacionamentos duradouros.

Em 2006, além do lucro líquido de R\$ 6,5 milhões, as ações foram valorizadas em cerca de 37% no mercado de capitais. Essa valorização reflete a confiança do mercado na solidez financeira que o grupo transmite, alicerçada em práticas de gestão responsável.

Baseado nos dados do Balanço Social 2006 podemos demonstrar através de tabelas a base de cálculo dos dois últimos anos e os indicadores sociais externos.

Base de Cálculo	2006	2005
Receita líquida (RL)	12.529.696	11.156.714
Resultado Operacional (RO)	6.076,928	8.182.604

Tabela 1 – Base de cálculo

	Valor	%s/RO	%s/RL
Total de contribuições para a sociedade	109.977	0,74	0,36
Tributos (excluídos encargos sociais)	5.539,365	91,15	44,21
Total – Indicadores Sociais Externos	5.649,342	92,96	45,09

Tabela 2 – Indicadores sociais externos

Também em 2006 foi lançado, o site de responsabilidade socioambiental www.itaub.com.br/socioambiental, para disseminar e compartilhar as práticas desenvolvidas pelo Banco, com conteúdo específico direcionado a

acionistas, investidores, colaboradores, fornecedores, clientes, terceiro setor e Governo. Em Fevereiro de 2006 teve início o processo de adoção da *Account Ability* 1000 (AA 1000), norma internacional de ética e relato social.

Em linha com as melhores práticas de finanças sustentáveis do mercado, o Banco Itaú desenvolveu o Fundo Itaú de Excelência Social (FIES), que é um fundo de investimento ético e social formado por ações de empresas com práticas diferenciadas de Responsabilidade Social, que destina 50% de sua taxa de administração a projetos sociais, inscritos por meio de concurso e selecionados pelo Conselho Consultivo do Fundo. Entre 3 de fevereiro de 2004 e 29 de dezembro de 2006, ele apresentou rentabilidade bruta acumulada de 158,83%.

Em 2006, o Banco Itaú recebeu 684 inscrições de ONG's de todo o Brasil candidatas a receber doação oriunda da verba de cerca de R\$ 1,2 milhão, correspondente a 50% da taxa de administração do fundo, apurada entre julho de 2005 e junho de 2006. A partir de detalhado trabalho técnico, o Conselho Consultivo selecionou 120 ONG's com foco de atuação em Educação: cada uma recebeu, no início de 2007, o montante de R\$ 98.954,29.

Fundação Itaú Social

Em 2000 foi criada a Fundação Itaú Social, que tem como foco principal contribuir para a qualidade da educação pública no Brasil. Para atingir tal meta, busca estabelecer parcerias, desenvolver e apoiar tecnicamente e financeiramente projetos sociais que visam o desenvolvimento pessoal, social e produtivo das novas gerações.

Em 2006, a fundação Itaú Social investiu R\$ 33 milhões em 22 projetos próprios e em 144 apoios. Para 2007, estão previstos investimentos de aproximadamente R\$ 35 milhões na continuidade e no desenvolvimento de novos programas.

Em relação à Responsabilidade Social, o grupo se destaca com as seguintes:

- Ranking de Sustentabilidade e Responsabilidade Social – 2º lugar – Ibovespa.
- Melhores práticas de Responsabilidade Corporativa – Programa Avaliação Econômica de Projetos Sociais – Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa.

Além de atuar em projetos educacionais, a Fundação também investe em projetos ligados à preservação do meio ambiente. De acordo com as informações cedidas pelo Banco, houve a instalação de projetos internos para tentar minimizar os prejuízos causados ao meio ambiente.

Após a apresentação dos investimentos feitos, foi possível observar o Banco Itaú se destaca por ser uma empresa que se preocupa com o futuro da sociedade, constituindo, de forma melhor estruturada um desenvolvimento empresarial sustentável, onde não apenas o lucro, mas também a integração e a participação de toda a comunidade estão inseridos nos valores éticos e morais da organização, instituídos em suas missões.

Conclusão

Há muitas décadas discute-se a responsabilidade social das organizações. A Contabilidade que tem como principal objetivo fornecer informações econômicas a seus usuários que lhes permitem tomar decisões vêm se tornando a sua maior aliada.

Recentemente, em função da ampla discussão a respeito da responsabilidade social das empresas, um novo relatório, mesmo que ainda não obrigatório legalmente, está sendo utilizado pelas entidades, designado Balanço Social.

A partir da análise dos dados do Balanço Social 2006 do Banco Itaú, é possível constatar que a prática da Responsabilidade Social só traz benefícios para a empresa, pois melhora sua reputação, fortalece sua marca de forma consciente e duradoura, perpetuando na visão de clientes e de toda a sociedade.

Demonstrando assim que a responsabilidade social não é um modismo e sim uma realidade no contexto empresarial, que acarreta alterações gradativas de comportamento e de valores nas organizações, devendo estar presente nas decisões de seus administradores e analisar o seu relacionamento com a sociedade.

Referências

- D'Ambrósio, D & Mello, P. C. " A responsabilidade que dá retorno social", págs.78 - 101.
- TINOCO, João Eduardo Prudêncio. " Balanço Social: uma abordagem da transparência e a responsabilidade pública das organizações", 2001.
- Rossetti, "Contabilidade Social", págs. 18-24
- Instituto Ethos www.ethos.org.br, Acesso em 26 AGO 2007.
- Banco Itaú S.A. www.itausocial.com.br , Acesso em 16 MAI 2007