

BALANÇO SOCIAL

Keila Aparecida Garcia¹, Luiz Emílio S. Maciel²

¹Universidade do Vale do Paraíba – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Rua Quatro, 50, Mirante do Buquirinha CEP: 12.214-425, e-mail: keila.garcia@grupoantolin.com

²Universidade do Vale do Paraíba – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Avenida Shishima Hifumi, 2911, Urbanova CEP: 12.224-000, e-mail: maciel@aporto.com.br

Resumo - O Balanço Social é um relatório por meio do qual a organização consolida e apresenta um conjunto de informações relacionadas com o desempenho das suas responsabilidades sociais e com medidas de preservação do ambiente ecológico. Mais do que uma prestação de contas para a sociedade o Balanço Social deve ser entendido como um importante instrumento, para a organização acompanhar e avaliar as suas virtudes e fraquezas no campo das interações sócio ambientais. Neste contexto, o objetivo deste trabalho é definir e descrever o papel do balanço social para as empresas. A partir de uma pesquisa bibliográfica através da leitura de livros, artigos, revistas, periódicos e textos disponibilizados na Internet, procurou-se destacar a importância do balanço social. Conclui-se que a publicação do Balanço Social é uma maneira de apresentar informações sobre o quanto a empresa investiu, seja em capacitação e desenvolvimento profissional, segurança e medicina do trabalho, meio ambiente e outros, atendendo às exigências da sociedade.

Palavras-chave: Balanço Social, Empresa, Clientes.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas

Introdução

Em uma época de globalização feroz, onde a troca de informação atinge um nível nunca antes alcançado, os produtos se tornam cada vez mais iguais.

Dentro desse cenário, o que define o sucesso de uma empresa e o aumento de seu faturamento pode estar relacionado com o que a sua imagem sugere e conota para o consumidor. "Hoje, o patrimônio empresarial se constrói com uma marca forte que, por sua vez, está diretamente relacionada às atitudes da empresa", afirma Guilherme Leal, presidente da Natura Cosméticos (D'AMBROSIO, 1998 *apud* TREVISAN, 2002).

O Balanço Social é considerado um dos instrumentos capazes de evidenciar tanto os aspectos econômicos, quanto os sociais, inovando o enfoque utilizado até então, e se constituindo um dos demonstrativos para aferição dessas relações.

Neste contexto, pode-se destacar o papel fundamental do balanço social, que atua como vantagem competitiva nas decisões da organização, quando busca o seu público-alvo. O objetivo deste trabalho é descrever o papel do balanço social e sua importância para a organização.

Materiais e Métodos

A partir de uma pesquisa bibliográfica - sob o ponto de vista dos procedimentos técnicos (Gil, 1991) – da leitura de livros, artigos, revistas, periódicos e textos disponibilizados na Internet,

procurou-se destacar a importância do balanço social.

Gil (1991) afirma que quanto ao objetivo a pesquisa pode ser exploratória, descritiva ou explicativa. Neste trabalho optou-se pela pesquisa exploratória, que envolve levantamento bibliográfico e visa propiciar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito.

Balanço Social

Balanço Social é o nome dado à publicação de um conjunto de informações e de indicadores dos investimentos e das ações realizadas pelas empresas no cumprimento de sua função social junto aos seus funcionários, ao governo e às comunidades com que interagem, direta e indiretamente.

Sucupira (1999) define o Balanço Social como "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".

Para Gonçalves (1980) o Balanço social é "um conjunto de informações quantificadas, por meio das quais as empresas poderão acompanhar de maneira objetiva o desenvolvimento de suas atividades, no campo dos recursos humanos, bem como

medir seu desempenho na implementação de programas de caráter social.”

Tinoco (2001) considera que o balanço Social tem por objetivo ser equitativo e comunicar informação que satisfaça a necessidade de quem dela precisa. Considera que essa é a missão da Contabilidade, como ciência de reportar informação contábil, financeira, econômica, social, física, de produtividade e de qualidade.

"O Balanço Social tem por objetivo demonstrar o resultado da interação da empresa com o meio em que está inserida, o grau de responsabilidade social assumido e assim prestar contas à sociedade pelo uso do patrimônio público, constituído por recursos naturais, humanos e o direito de conviver e usufruir os benefícios da sociedade em que atua" (IUDÍCIBUS, 2000).

Esse demonstrativo deve permitir visualizar as atividades sociais desenvolvidas pela empresa, desde a evolução dos empregos e os treinamentos até a proteção ao meio ambiente, a preservação de bens culturais e a utilização dos lucros da empresa, dando condições para que a comunidade possa identificar aquela empresa que não causa danos sociais ou agrega valor à sociedade.

É necessária que as organizações incorporem a sua filosofia numa constante preocupação com os possíveis efeitos provocados pelas atividades que desenvolvem, introduzindo aos seus objetivos o bem-estar da sociedade e a preocupação com o desenvolvimento sustentável.

A principal função do balanço Social é tornar pública a responsabilidade social da empresa. Isto faz parte do processo de por as cartas na mesa e mostrar com transparência para o público em geral, atentos consumidores, acionistas e investidores o que a empresa está fazendo na área social. Empresa que cumpre seu papel social atrai mais consumidores e está investindo na sociedade no seu próprio futuro. E mais ainda, tem o direito, antes do dever, de dar publicidade as suas ações. Porém, esta propaganda será cada vez mais honesta e verdadeira, na justa medida em que utilizar parâmetros iguais e permitir corporações por parte dos consumidores, investidores e da sociedade em geral.

Observe os efeitos sobre as empresas que empregam crianças em carvoarias.

Para Silveira Filho & Frey (2003), observando-se os dados contidos no Balanço Social, estes servirão aos seguintes usuários:

- a) Investidores: são agentes que garantem o desenvolvimento, mediante a aplicação de recursos financeiros, almejam a rentabilidade e o retorno do investimento, contribuem para o estado;
- b) Fornecedores: são parceiros no mercado que acreditam na potencialidade econômica

da empresa, a espera de garantia pelo pagamento do fornecimento de produtos e serviços, retribuem ao estado na forma de tributos;

- c) Financiadores: são os que aplicam recursos, mediante uma análise patrimonial de liquidez, rentabilidade, capacidade competitiva e produto. São geradores de riqueza e impostos;
- d) Clientes Externos: consumidores de quem a empresa recebe o pagamento pela venda de seus produtos/serviços, satisfazendo as suas expectativas. Exigem segurança e qualidade. A relação direta entre a empresa e consumidor é determinante para a sua continuidade. Reflete a riqueza do cidadão e o reflexo do estado Social e culturalmente desenvolvido;
- e) Clientes Internos: ou funcionários são fundamentais ao desenvolvimento da empresa por sua capacidade de trabalho e criatividade. Quanto mais motivados os funcionários estão maior é a produtividade. Para garantir esta motivação, a empresa deve propiciar salários justos, boas condições de higiene e segurança do trabalho, uma adequada formação profissional e uma política de recursos humanos que satisfaça as ambições profissionais e pessoais de seus colaboradores devidamente qualificados e preparados para enfrentar os desafios da globalização;
- f) Meio Ambiente: uma das maiores responsabilidades sociais da empresa moderna é com o meio ambiente. A empresa recebe os elementos físicos essenciais a sua atividade e de volta deve garantir a manutenção dos elementos básicos da vida (água, solo, floresta, etc) do meio ambiente onde se insere e onde vivem os homens que compõem este ambiente.

Histórico

No início do século XX já se constatava a existência de manifestações a favor de uma maior responsabilidade social nas empresas. 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 (TREVISAN, 2002).

Sua elaboração é obrigatória desde o ano de 1977. A Lei 77.769 de 12 de junho de 1977, promulgada durante o governo de *Valéry Giscard d'Estaing*, instituiu a obrigatoriedade da

elaboração e divulgação de um novo conjunto de informações sociais denominado de *bilan social de l'entreprise* - balanço social da empresa – a aquelas organizações com mais de 750 empregados a partir de 1979, e a partir de 1982 estendeu essa exigência às que contassem com mais de 300 empregados (BRAZ, 2002).

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 prevêem 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 (DE LUCA, 1998).

Conforme dados coletados junto ao IBASE, em 1997, ano de lançamento da campanha pela divulgação do balanço social pelas empresas, dos 10 balanços sociais apresentados no país, 4 foram feitos no seu modelo; em 1998, 8 dentre as 36 empresas divulgadoras; em 1999, o número saltou para 44 entre as 100, atingindo 70 empresas com modelo IBASE, das cerca de 250 grandes empresas que publicaram seu balanço social no período de 2000 até julho de 2001.

De acordo com Sucupira (1999, p. 125),

“Um dos princípios desta associação baseia-se na aceitação por seus membros de que a empresa, além de produzir bens e serviços, possui a função social que se realiza em nome de trabalhadores e do bem-estar da comunidade.”

A partir de 1993, empresas de diversos setores passaram a divulgar, de forma mais recorrente, relatórios com um perfil mais social e humano, tornando os balanços sociais uma realidade para um número cada vez maior de empresas. Para Torres (2001):

“Esse foi um importante período de consolidação da mudança de mentalidade de parcela expressiva do empresariado nacional, em que a visão de um capitalismo de cunho mais social, que busca maior negociação com amplas parcelas dos trabalhadores, está cada vez mais atenta aos problemas ambientais e sociais; e tem, de maneira crescente, levado em consideração a questão da ética e da responsabilidade social e ambiental na hora de tomar decisões.”

Resultados

Assim, a elaboração do Balanço Social comporta duas fases: na primeira o responsável designado para a elaborá-lo deve promover e coordenar a concepção do documento.

O escopo, os meios, os objetivos a serem alcançados são definidos e planejados visando a sua elaboração.

A segunda fase compreende a execução do trabalho planejado, após os ajustamentos de rotina, em que os indicadores e as fontes de informação já foram previamente definidos.

Com o decorrer dos anos o trabalho incorporou-se nas rotinas administrativas da empresa, passando a ser elaborado e divulgado como ocorre com os demonstrativos contábeis. Existem discussões e polêmicas sobre as abordagens a serem adotadas na elaboração do Balanço Social.

Discussão

A informação social e a informação econômica devem caminhar e serem divulgadas juntas, como, aliás, já é feita por algumas empresas na Inglaterra, Holanda, Bélgica, Portugal e em outros países europeus.

Silveira Filho & Frey (2003) observa-se que:

- a) O Balanço Social constitui um instrumento de controle e de tomada de decisões, de grande utilidade para a direção da empresa, permitindo melhorar o ambiente interno e clarificar alguns objetivos em médio prazo: os corpos diretivos passarão, assim, a ser julgados não apenas em função dos resultados econômicos, mas também dos resultados sociais;
- b) O Balanço Social pode contribuir para modificar a imagem pública da empresa, do próprio pessoal e do público em geral; em alguns países, está constituindo um bom instrumento de trabalho para as negociações laborais entre a direção da empresa e os sindicatos.

O Balanço Social sobrepõe-se a uma estrutura organizacional concebida para outros objetivos. Os serviços operacionais (abastecimento, produção, vendas, distribuição) preparam as informações de gestão, que são transmitidas ao longo da hierarquia na empresa. Os serviços funcionais (pessoal, contabilidade e sistemas de informação) têm tripla vocação:

- a)emitem informações de base como os outros setores da organização;
- b)tratam as informações provenientes dos outros setores visando a tomada de decisões pela gerencia;
- c)elaboram e difundem os documentos destinados aos exterior da empresa.

Três departamentos funcionais participam na elaboração do Balanço Social: o departamento

pessoal, o de contabilidade e o departamento de sistemas de informação.

1. Departamento de Pessoal: setor que se envolve com os assalariados desde a sua admissão na empresa até seu desligamento. Tem, portanto, participação em tudo o que se refere à movimentação, planejamento, controle, comportamento, evolução, treinamento, formação e desenvolvimento. Efetua os registros de salários, controla o número de horas e dias trabalhados, movimentação, absenteísmo. Em muitas empresas é o encarregado da elaboração da folha de pagamento. Fornece informações sobre os assalariados, tanto no âmbito interno, para fins de gestão, como externamente, para cumprimento de legislação, tal como a Lei dos 2/3 e a Lei nº 4.923 de 23 de Dezembro de 1965. Seu envolvimento na elaboração do Balanço Social é por demais óbvia.

2. Departamento de Contabilidade: O departamento de contabilidade é o encarregado na empresa de registrar os atos e fatos administrativos mensuráveis financeiramente. É o departamento que elabora e divulga os relatórios contábeis, como: balanço patrimonial, demonstração de resultados do exercício, demonstração de lucros ou prejuízos acumulados, demonstração das origens e aplicação de recursos e outros relatórios gerenciais.

3. Departamento de Sistema de Informação Contábil: Os objetivos de um sistema de informação Contábil podem ser resumidos como:

a) prover informações monetárias e não monetárias, destinadas as atividades e decisões dos níveis: operacional, tático e estratégico da organização, bem como para os usuários do sistema gerencial da entidade.

b) constituir-se na peça fundamental do sistema gerencial da entidade.

c) prover informações comparativas/quantitativas.

Assim sua elaboração e divulgação representam uma mudança da visão tradicional, segunda a qual a empresa deveria se concentrar apenas na produção e na obtenção de lucros, sem se preocupar com a satisfação de seus trabalhadores e com o ambiente externo, para uma visão moderna, de acordo com a qual os objetivos da empresa incorporam sua responsabilidade social (FRANCISCHINI *et al.*, 2002).

Conclusão

Conclui-se que o Balanço Social é a prestação de contas das empresas, por meio da qual demonstra seu compromisso ético e social com a sociedade.

O Balanço Social é parte do planejamento estratégico das empresas e trata de um legítimo instrumento de *marketing* social que contribui para a imagem da mesma e para a melhoria da imagem de seus produtos, garantindo a sobrevivência num mercado cada vez mais competitivo.

Desta forma, a conclusão central é que o modelo de Balanço Social proposto pelo Ibase traz benefícios caracterizando a atuação social de qualquer instituição nas relações sociais com o meio ambiente.

Referências

- BRAZ, Adriana. A importância do balanço social. **Revista Mercado de Capitais**. São Paulo: nº. 176, 12-13, jan/fev. 1999. p. 12
- DE LUCA, M. M. M. **Demonstração do valor adicionado**: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. São Paulo: Atlas, 1998.
- FRANCISCHINI, A.S.N. & SOUZA, Z.J. Aplicação do Balanced Scorecard na análise do Balanço Social no segmento bancário. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 09, nº 3, julho/setembro 2002.
- GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1993.
- GONÇALVES, Ernesto Lima. **Balanço social na América Latina**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1980.
- IUDÍCIBUS, Sérgio. **Teoria da contabilidade**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- SUCUPIRA, João. **A responsabilidade social das empresas**. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start>. Acesso em: 10/05/2007.
- SILVEIRA FILHO, Ubirajá & FREY, Márcia Rosane. Análise das Ações Sociais das Empresas Detentoras do Selo IBASE/Betinho 2000. **Revista Contabilidade Vista & Revista**. Vol. 14 n.02, agosto/2003.
- TINOCO, João Eduardo Prudêncio. Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.
- TORRES, Ciro. **Um pouco da história do Balanço Social**. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>. Acesso em: 19/04/2007.
- TREVISAN, Fernando Augusto. Balanço Social como Instrumento de Marketing. **RAE-eletrônica**, Volume 1, Número 2, jul-dez/2002. Disponível em: <http://www.rae.com.br/>