

A IMPORTÂNCIA DA PUBLICAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL

Andréa de Fátima Maria dos Santos¹, Jorge Augusto Gonçalves dos Reis²

1- Rua Itapetinga nº 171, Jardim Satélite - 12230-740 – São José dos Campos –SP –
Brasil – afm_santos@ig.com.br

2 - UNIVAP –Universidade do Vale do Paraíba – Avenida Shishima Hifumi nº 2911 – Urbanova –
12244-000– São José dos Campos – SP – Brasil –

Palavras-chave: *Balanço, Social, Responsabilidade*

Área do Conhecimento: *VI – Ciências Sociais Aplicadas*

RESUMO

Com a finalidade de cumprirem um papel social cada vez mais exigido e necessário e, ao mesmo tempo, de se destacarem entre a concorrência, algumas empresas assumem a Responsabilidade Social como uma atitude estratégica, capaz de não só atender aos interesses dos diversos usuários (fornecedores, clientes, funcionários, investidores, acionistas, comunidade em si, etc), como também de gerar benefícios a si próprias, uma vez que a adoção e divulgação das ações sociais geram um diferencial competitivo em um mercado cada vez mais exigente.

O presente artigo visa demonstrar a importância da publicação dessas ações sociais (investimentos em meio ambiente, investimentos na comunidade, creches e outros benefícios oferecidos aos empregados, educação, saúde, cultura, etc) através da elaboração e divulgação do Balanço Social. Esta ferramenta, que quantifica e qualifica as ações sociais da empresa, têm também forte influência nas tomadas de decisões, a partir do momento em que a publicação de informações fidedignas demonstrem os pontos positivos e negativos da mesma.

INTRODUÇÃO

A sociedade, já há algum tempo, vem optando por produtos e serviços de

empresas socialmente responsáveis. Este interesse difundiu-se com a inconsequente guerra do Vietnã, acontecida na década de 60, onde o povo norte-americano passou a dar mais ênfase às questões sociais decorrentes das atividades das empresas, a partir da utilização de armas de destruição em massa, agressão ao meio ambiente e discriminação de raça e sexo no emprego. Assim, as empresas de grande porte começaram a apresentar relatórios sócio-econômicos voltados à demonstração da preservação do meio-ambiente, controle da poluição e qualidade dos seus produtos, originando o que chamamos hoje, Balanço Social.

Trata-se de um demonstrativo que expõe o resultado da interação da empresa com o meio em que está inserida. Associando-se também ao fato de que é preciso deixar de lado a idéia de que a empresa só existe para dar retorno aos seus acionistas (shareholders) para assumir um compromisso e uma responsabilidade junto a todos os grupos a ela envolvidos (stakeholders) – funcionários, fornecedores, consumidores, clientes, comunidades, etc , fica cada vez mais explícita a importância e a necessidade de se elaborar o Balanço Social.

BALANÇO SOCIAL

Podemos considerar o Balanço Social como sendo um demonstrativo capaz de atender a

demanda por empresas com maior responsabilidade social e que surgiu para diferenciar estas empresas daquelas que não se preocupam com os interesses da sociedade.

Embora no Brasil o projeto de Lei que obriga a publicação do Balanço Social ainda esteja em trâmite, algumas empresas (na maioria, de grande porte) já se destacam por adotar esta nova postura, ao tornar público como a empresa encara sua responsabilidade social. O Balanço Social além de demonstrar a preocupação da empresa com o bem estar social e ambiental, contribuindo para amenizar alguns problemas sociais desencadeados há anos, também contribui para a imagem de seu produto ou serviço, que passa a ser visto com outros olhos pela comunidade.

No que se refere à legislação, na esfera federal nenhum projeto de lei foi aprovado: em 1977, as deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling apresentaram o Projeto de Lei 3.116/97 que criava e tornava obrigatório o Balanço Social para todas as empresas públicas e para as privadas com 100 ou mais empregados, o qual foi arquivado em 1998. Reapresentando este projeto, o deputado Paulo Rocha apresentou o Projeto de Lei 032/99, que se encontra em trâmite na Câmara dos Deputados. Já nas esferas estadual e municipal, podemos verificar alguns projetos aprovados:

- Esfera Estadual:

- Rio Grande do Sul: Lei 11.440 de 18/01/00 – institui o Balanço Social para empresas estabelecidas no Estado e que deverá ser assinado por contador ou técnico em contabilidade, devidamente habilitado perante o CRC- RS ao exercício profissional

- Esfera Municipal:

- Município de São Paulo/SP: resolução nº 005/98, cria o “Dia e o Selo da Empresa cidadã” às empresas que apresentarem qualidade em seu Balanço Social, assim como a lei 7.672 de 18/06/98 do município de Santo André/SP;

- Município de Porto Alegre/RS: a lei 8.118/98 cria o Balanço Social das empresas estabelecidas dentro do município de Porto Alegre ;

- Município de João Pessoa/PB: O projeto de resolução nº 004/98 institui o Selo Herbert de

Souza às empresas que apresentarem qualidade em seu Balanço Social;

- Município de Uberlândia/MG: a câmara Municipal de Uberlândia instituiu em 11/99 o “selo empresa cidadã”.

COMO ELABORAR O BALANÇO SOCIAL

Ao elaborar o Balanço Social, é preciso identificar as necessidades informativas dos mais diversos usuários, para servir como instrumento capaz de agregar valor, causar ações e desencadear reações.

Por se tratar de um demonstrativo cuja elaboração e divulgação não sejam obrigatórias, não existe uma padronização a ser obedecida. Porém, independentemente do modelo a ser adotado, o Balanço Social deve:

- ser um produto da coletividade organizacional, com envolvimento e comprometimento de todos, ou seja, deverá tanto ser elaborado por todos quanto para todos que compõem a realidade interna e externa da organização;
- apresentar um “filtro de dados”, a fim de preservar informações relevantes do ponto de vista estratégico da empresa. Portanto, ao elaborar o Balanço Social é preciso identificar as informações que interessem exclusivamente à realidade interna, para fins de gestão e, se identificada a necessidade e viabilidade, poderá ser elaborado um relatório específico, com informações unicamente gerenciais para, desta maneira, preservar as informações estratégicas da empresa;
- trazer os dados de forma comunicável, consistente, concisa e objetiva, através de uma linguagem de fácil entendimento e interpretação, para que seu objetivo seja atingido,
- trazer de maneira evidente, para a organização e para a sociedade, as diversas vantagens no que se refere à relação custo x benefício em levantar e divulgar estas informações, inclusive a economicidade de sua comunicação, demonstrando que tanto a empresa quanto a sociedade se beneficiam com a elaboração do mesmo.

USUÁRIOS DO BALANÇO SOCIAL

São vários os usuários e várias as informações que atendam aos mesmos: os clientes querem um produto de qualidade, os funcionários querem reconhecimento, a comunidade quer a preservação do meio-ambiente, etc

Seguem abaixo relacionadas as informações mais relevantes do Balanço Social e seus respectivos usuários:

Clientes: Produtos com qualidade, recebimento de produtos em dia, produtos mais baratos;

Fornecedores e Financiadores: Parceria, segurança no recebimento, continuidade;

Colaboradores: Geração de caixa, salários adequados, incentivos à promoção, produtividade, valor adicionado, segurança no emprego;

Investidores Potenciais: Custo de oportunidade, rentabilidade, liquidez da ação;

Acionistas Controladores: Retorno sobre o Patrimônio Líquido, retorno sobre o ativo, continuidade, crescimento no mercado;

Acionistas Minoritários: Fluxo regular de dividendos, valorização da ação, liquidez;

Gestores: Retorno sobre o Patrimônio Líquido, continuidade, valor patrimonial da ação, qualidade, produtividade, valor adicionado;

Governo: Lucro tributável, valor adicionado, produtividade;

Vizinhos: Contribuição social, preservação do meio-ambiente, segurança, qualidade.

MODELO DE BALANÇO SOCIAL

O IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) sugere um modelo mínimo de publicação, que contenha:

1- Base de Cálculo: São informados os valores da Receita Líquida, Lucro Operacional, Folha de Pagamento Bruta da empresa e esses valores serão base para o cálculo dos percentuais a serem discriminados nos demais itens;

2- Indicadores Sociais Internos: Referem-se aos gastos efetuados na área social em prol dos funcionários da empresa, como por exemplo: alimentação, saúde, encargos sociais, capacitação profissional, segurança no trabalho, participação nos lucros, etc;

3- Indicadores Sociais Externos: Referem-se aos gastos efetuados na

área social em prol da comunidade, como por exemplo: educação, esporte e lazer, cultura, inclusive gastos com tributos, uma vez que os mesmos são destinados para realização de ações sociais;

4- Indicadores Ambientais: Referem-se aos gastos efetuados em projetos que visem à preservação do meio-ambiente;

5- Indicadores do Corpo Funcional: São discriminadas informações referentes aos funcionários da empresa, como por exemplo: número de empregados admitidos, o total de mulheres e quantas delas ocupam cargo de chefia, número de funcionários portadores de deficiências, etc;

6- Informações Relevantes ao Exercício da Cidadania Empresarial: São relatadas informações que demonstrem o interesse pela manutenção de um bom ambiente de trabalho e da participação dos funcionários em projetos e benefícios da empresa, como por exemplo: se a participação nos lucros contempla apenas a direção ou se abrange todos os empregados, se os empregados possuem participação nos projetos sociais, entre outras;

7- Outras informações: Este item é livre para a empresa indicar qualquer outra informação com relação aos seus aspectos sociais.

Exemplo de Balanço Social vide Anexo I

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

Incrementando ainda as informações publicadas no Balanço Social, desenvolveu-se outra ferramenta para divulgação dos dados da demonstração do resultado, chamada DVA – Demonstração do Valor Adicionado. Servindo de demonstração da maneira como a empresa distribui sua riqueza entre clientes internos, externos e o governo, o DVA, que é calculado considerando o valor do *output* (vendas de bens e serviços) da empresa, deduzido dos bens e serviços adquiridos de terceiros (*inputs*), demonstra quem fica com a maior fatia da riqueza gerada pela mesma.

Considera-se como *input* todos os recursos adquiridos de terceiros, como: matéria-prima,

mercadorias para revenda, serviços de terceiros, energia elétrica, ou seja, todos os insumos adquiridos e consumidos durante o processo produtivo.

Para o cálculo do DVA, deverão também ser considerados outros valores recebidos, sem sacrifícios operacionais, como por exemplo, resultado de participações societárias, receitas financeiras; assim como deverá ser considerada também a diminuição do potencial de uso dos ativos (através da depreciação, amortização e exaustão) envolvidos neste processo produtivo.

O DVA reflete quem são os “maiores beneficiados” com o desempenho da empresa: empregados, governo, terceiros, acionistas, através da remuneração do pessoal e encargos sociais, impostos sobre vendas, produção e serviços, taxas e contribuições, juros sobre capital próprio e de terceiros, dividendos, aluguéis de móveis e imóveis e, até mesmo, em reinvestimento na organização. Através destas informações é possível avaliar o desempenho e a performance da empresa no seu contexto local, sua participação no desenvolvimento regional e estimular ou não a continuidade de incentivos governamentais.

Exemplo da Demonstração do Valor Adicionado

Demonstração do Valor Adicionado		
Cálculo do Valor Adicionado		
1. Receita Operacional Bruta		5.000.000,00
2. Recursos Adquiridos de Terceiros		
Despesas das Mercadorias Vendidas	2.500.000,00	
Serviços de Terceiros	400.000,00	(2.900.000,00)
3. Valor Adicionado Bruto (1-2)		2.100.000,00
4. Valor Adicionado Recebido em Transferência		100.000,00
Resultado da Equivalência Patrimonial		
5. Valor Adicionado Total a Distribuir (3+4)		2.200.000,00
Distribuição do Valor Adicionado Bruto		
Participação dos Colaboradores		
Salários + Encargos Sociais		350.000,00
Participação do Governo		
Impostos sobre Vendas	500.000,00	
Provisão para Imposto de Renda	300.000,00	800.000,00
Participação dos Financiadores Externos		
Despesas Financeiras		140.000,00
Participação dos Acionistas		
Dividendos Propostos		200.000,00
Retenções		
Depreciação	100.000,00	
Lucro Residual	600.000,00	700.000,00
Valor Adicionado Distribuído		2.200.000,00

Fonte: IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

POR QUE PUBLICAR?

Levando-se em consideração a relação custo x

benefício, nota-se que os custos de elaboração do Balanço Social são mínimos, senão, inexistentes. Poderá sim, se fazer necessária alguma alteração no sistema de informações contábeis, visando sua adaptação a um sistema mais gerencial de informações sociais e ambientais.

Porém, os benefícios são inúmeros: transparência na relação com a comunidade, informações para ações governamentais de impacto social, melhoria na imagem da empresa através do seu marketing de relacionamento, avalia o desempenho empresarial, fornece informações para elaboração dos orçamentos empresariais, redireciona a política de Recursos Humanos da empresa, etc. A empresa ainda tem a oportunidade de investir até 4% de seu imposto de renda em projetos culturais, previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, de acordo com a Lei Rouanet. Além do Selo (lançado pelo IBASE juntamente com o Betinho), que é conferido anualmente a todas as empresas que publicam o balanço social no modelo sugerido pelo IBASE, através do qual, as empresas podem mostrar (através de seus anúncios, embalagens, sites, etc) que investem e se preocupam de alguma maneira com a sociedade.

As vantagens da publicação do Balanço Social merecem ser destacadas:

- Os benefícios sociais são evidentes e as possibilidades inúmeras: existe a abertura para apoios empresariais nas áreas de cultura, educação e meio ambiente, através de financiamentos de projetos sociais em comunidades carentes, grupos de teatro, etc;

- Os consumidores passam a dar preferência às empresas que adotam a boa cidadania corporativa. Já não escolhem mais um produto somente pelo seu preço e qualidade, e sim, consideram também a postura social da empresa;

- Os investidores estão, cada vez mais, à procura de empresas socialmente responsáveis, o que fica explícito com a publicação do Balanço Social;

- Os empregados destas empresas socialmente responsáveis têm segurança de seus direitos e sabem que têm grande valor como patrimônio da empresa.

Ou seja, além de agregar valor à imagem da empresa, o Balanço Social serve de instrumento de avaliação, uma vez que os analistas de mercado, investidores e órgãos de financiamento (como BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, IFC – International Finance Corporation - órgão do Banco Mundial que financia o setor privado - e BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento) já estão incluindo o Balanço Social na lista dos documentos necessários para se conhecer e avaliar os riscos e projeções de uma empresa; instrumento de gestão pois permite à empresa gerir, medir e divulgar o exercício da responsabilidade social em seus empreendimentos; permite diminuir os riscos, pois considerando que, hoje em dia, informações sobre empresas circulam mercados internacionais em minutos, uma conduta ética e transparente precisa fazer parte da estratégia de qualquer organização.

CONCLUSÃO

É notável quão grande é a importância e a necessidade da elaboração do Balanço Social pelas empresas. Ao estabelecer um objetivo maior do que a busca do lucro, a empresa socialmente responsável também proporciona aos diversos envolvidos na sua “existência”, uma perspectiva mais ampla que é capaz de produzir um energia que humaniza todas as suas relações.

conscientização de sua importância, bem como dos benefícios e retornos gerados para a própria empresa, pois uma sociedade economicamente eficiente, socialmente justa, politicamente democrática e ambientalmente sustentável, só tem a ser fiel e a recompensar estas empresas na hora de optar por algum produto ou serviço.

BIBLIOGRAFIA

VASCONCELOS, Yumara Lúcia. **Criando e Adicionando Valor Social**. IOB COMENTA, março, número 10/2001.

GONÇALVES, Ernesto Lima. **Balanço Social da Empresa na América Latina**. São Paulo: Pioneira, 1980.

MARTINS, Eliseu. **Balanço Social- idéia que merece permanecer**. Jornal Gazeta Mercantil, 18/09/97, p. A-3.

E, através da elaboração do Balanço Social, tornam-se evidentes alguns pontos fortes e fracos da gestão social dos recursos humanos, o grau de eficiência dos programas de ação que visem tanto um crescimento profissional quanto uma realização pessoal dos trabalhadores, permitindo um acompanhamento mais qualificado e quantificado dessas ações da empresa.

Esta ferramenta multiprofissional (pois para constituir-lo é necessária a participação de outros

Setores, além da Contabilidade), não é apenas mera representação de fatos passados mas,

principalmente, de avaliação, melhorias e análises de dados futuros.

Antes de ser obrigatório por lei, deve, o Balanço Social, ser conquistado voluntariamente através da

IBASE: Disponível em <http://www.balancosocial.org.br>. Acesso em: 04 fevereiro de 2003.

INSTITUTO ETHOS: Disponível em <http://www.institutoethos.org.br>. Acesso em: 04 fevereiro de 2003.

PEROTTONI, Marco Antonio. **Balanço Social: responsabilidade, padronização e obrigatoriedade**. Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, ano 31, n.º 134, p.51-59. Mar-Abr, 2002 .

TINOCO, José Eduardo Prudêncio. **Balanço Social: balanço da transparência corporativa e da concertação social**. Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, nº 135, p.57- 72. Maio-Jun, 2002.

TINOCO, José Eduardo Prudêncio. **Balanço Social- uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

Anexo I: Modelo de Balanço Social

Empresa:

1 - Base de Cálculo	(2002) Valor		
Receita líquida (RL)	4.851.037,70		
Resultado operacional (RO)	968.007,20		
Folha de pagamento bruta (FPB)	177.394,80		
2 - Indicadores Sociais Internos	Valor	% sobre FPB	% sobre RL
Educação	11.740,00	6,62	0,24
Cultura	4.560,00	2,57	0,09
Capacitação e desenvolvimento profissional	9.780,00	5,51	0,20
Creches / auxílio creche	1.130,00	0,64	0,12
Outros	12.485,00	7,04	0,26
Total - Indicadores sociais internos	39.695,00	22,38	0,82
3 - Indicadores Sociais Externos	Valor	% sobre RO	% sobre RL
Educação	10.200,00	1,05	0,21
Cultura	7.480,00	0,77	0,15
Esporte	3.370,00	0,35	0,07
Total das contribuições para a sociedade	21.050,00	2,17	0,43
Tributos (excluídos encargos sociais)	232.840,30	24,05	4,80
Total - Indicadores sociais externos	253.890,30	26,23	5,23
4 - Indicadores Ambientais	Valor	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	104.780,00	10,82	2,16
Investimentos em programas e/ou projetos externos	125.490,00	12,96	2,59
Total dos investimentos em meio ambiente	230.270,00	23,79	4,75
Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	() não possui metas (X) cumpre de 51 a 75% () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100%		

5 - Indicadores do Corpo Funcional			
Nº de empregados(as) ao final do período	270		
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	80		
Nº de mulheres que trabalham na empresa	100		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	14,81%		
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	30		
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	15		
6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial		(2002)	
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	33,53%		
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	() direção	(X) direção e gerências	() todos(as) empregados(as)
A previdência privada contempla:	() direção	() direção e gerências	(X) todos(as) empregados(as)
A participação dos lucros ou resultados contempla:	() direção	() direção e gerências	(X) todos(as) empregados(as)
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa _____%	no Procon _____%	na Justiça _____%
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	(2002)		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	____% governo ____% colaboradores(as) ____% acionistas ____% retido		
7 - Outras Informações			
Este espaço está disponível para que a empresa agregue outras informações importantes quanto ao exercício da responsabilidade social, ética e transparência.			

FONTE: IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas