

BENEFÍCIOS DOS PROJETOS SOCIAIS DIVULGADOS NO BALANÇO SOCIAL

Autores	Filiação	Email
Osmarina Pedro Garcia Garcia	Unioeste	osmarinagarcia@hotmail.com
Claudio Antonio Rojo	Unioeste	rojo_1970@hotmail.com

Direitos de cópia - creative commons.

Recebido em: 22/7/2013

Aprovado em: 10/2/2014

Disponibilização no site

Páginas: 9-29

ID do artigo 1668

Editor Científico: Prof. Dr. Osni Hoss, Ph.D.

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo evidenciar o conhecimento e os benefícios dos projetos sociais divulgados no Balanço Social na visão dos gestores, dos funcionários do setor contábil e seus dependentes. Foi utilizada a pesquisa descritiva por meio de um estudo de caso, abordando o problema de forma qualitativa. Foi realizado o levantamento de dados por meio de um questionário aplicados a 18 gestores, 35 funcionários do setor contábil e 39 dependentes. Chegou-se à conclusão de que o Balanço Social é uma ferramenta relevante para a empresa estabelecer suas metas e suas decisões estratégicas buscando distribuir seus recursos da melhor forma, beneficiando não apenas seus colaboradores através de recursos investidos em projetos sociais, mas também todos que interagem com a empresa, assim, tornando o ambiente empresarial mais agradável para todos.

Palavras-chave: Balanço Social, Projetos Sociais, Responsabilidade Social.

BENEFITS OF SOCIAL PROJECTS ANNOUNCED IN SOCIAL BALANCE

ABSTRACT

This study aimed to demonstrate the knowledge and benefits of social projects disclosed in the Social Balance view of management, the accounting sector employees and their dependents. It was used descriptive research through a case study, addressing the problem in a qualitative way. Data were collected through a questionnaire applied to 18 managers, 35 employees of the accounting industry and 39 dependents. It was concluded that the Social Balance is a relevant tool for the company to establish its goals and its strategic decisions seeking to distribute their resources optimally, benefiting not only its employees through resources invested in social projects, but also all who interact with the company, thus making the business environment more enjoyable for everyone.

Keywords: Social Balance, Social Projects, Social Responsibility.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas as empresas vêm assumindo papel importante na causa de bem estar dos seus colaboradores, através de investimento em projetos que buscam conscientizar e educar a população sobre a escassez dos recursos disponíveis e a melhor maneira de utilizá-los e reaproveitá-los, também, através de investimentos que tem por finalidade ensinar e qualificar profissionais para o mercado de trabalho.

Para divulgar tais projetos sociais as empresas utilizam o balanço social que é um meio de dar transparência a processos e atividades corporativas, de modo a aproximar e ampliar o diálogo da organização com a sociedade. Surgiu como instrumento de medida, que permite verificar a situação da empresa para atender as necessidades de informação dos usuários da contabilidade na área social, tem também a função de registrar as realizações efetuadas neste campo e, principalmente avaliar as relações ocorridas entre o resultado da empresa e a sociedade. É constituído de informações essenciais e atualmente não é somente um relatório de atividades sociais adotadas e prestadas por uma organização, mas um instrumento de gestão para a empresa.

Para uma demonstração pública da responsabilidade social da organização, utiliza-se o balanço social, que surgiu como resposta à necessidade de evidenciação das operações realizadas pelas organizações que refletem diretamente ou indiretamente na comunidade como sociedade.

Diante do exposto, o objetivo desta pesquisa é: Evidenciar o conhecimento e os benefícios dos projetos sociais divulgados no balanço social na visão dos gestores, dos funcionários do setor contábil e seus dependentes.

Utilizou-se da metodologia quanto aos objetivos a descritiva, referente aos procedimentos foi um estudo de caso e para a abordagem do problema se encaixa em qualitativa. Os dados foram coletados através de questionário aplicado aos gestores, funcionários do setor contábil e seus dependentes.

2 BALANÇO SOCIAL

Relatório de Sustentabilidade Empresarial, Relatório Social, Relatório Social-Ambiental e Balanço Social Corporativo são outros nomes utilizados pelas organizações e especialistas para designar o material informativo sobre a situação da organização em relação a questões sociais e ambientais, sendo uma forma de dar ouvidos aos anseios da comunidade em que está inserida.

Aqueles que se destinarem alguns minutos de seu tempo para ouvir o que clama a sociedade perceberão que os seres humanos estão cansados de guerras, de serem tratados como máquinas – a serviço quase que exclusivo do capital – e, também, que estão exaustos de presenciar as injustiças, a destruição ambiental e de viver sem perspectivas (KROETZ, 2000, p. 43).

O Instituto Ethos (2009) afirma que o balanço social é um meio de dar transparência às atividades corporativas, de modo a ampliar o diálogo da organização como sociedade. É também uma ferramenta de gestão da responsabilidade social, pela qual a empresa entende de que forma sua gestão atende à sua visão e a seus compromissos estabelecidos em relação ao tema da Responsabilidade Social Empresarial (SER), e em direção à sustentabilidade.

Segundo Iudícibus, Martins e Gelbcke (2007, p. 31) “o objetivo do Balanço Social

é demonstrar o resultado da interação da empresa com o meio em que está inserida”. Demonstra o grau de responsabilidade social assumido pela empresa e presta conta à sociedade sobre o uso do patrimônio público, que é constituído dos recursos naturais, humanos e o direito de conviver e utilizar os benefícios da sociedade onde atua.

De acordo com Perottoni (2001, p. 106), “O Balanço Social ainda é uma ferramenta pouco utilizada pelas empresas, mas em decorrência deste ambiente de mudanças, está se desenvolvendo uma nova cultura nas empresas brasileiras, pela sua elaboração e publicação cada vez maior”.

Balanço social é uma forma das empresas tornarem públicos seus compromissos e ideias, relatando transparência das suas ações no exercício da responsabilidade social, informando assim através destas informações quantitativas e qualitativas. O IBASE (WWW.IBASE.BR) destaca a figura do sociólogo Herbert de Souza, um dos idealizadores do balanço social onde sua concepção sobre este era:

A ideia do Balanço Social é demonstrar quantitativamente e qualitativamente o papel desempenhado pelas empresas no plano social, tanto internamente quanto na sua atuação na comunidade. Os itens dessa verificação são vários: educação, saúde, atenção à mulher, atuação na preservação do meio ambiente, melhoria na qualidade de vida e de trabalho de seus empregados, apoio a projetos comunitários visando a erradicação da pobreza, geração de renda e de novos postos de trabalho. O campo é vastas e várias empresas já estão trilhando esse caminho. Realizar o Balanço Social significa uma grande contribuição para a consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática.

A conscientização das empresas é a divulgação do balanço social; das necessidades primárias, e sociais da vida, seja em saúde, transporte, educação, lazer, e outros; fazendo com que as atividades e decisões empresariais sejam pautadas em um sistema de administração mais humano, direcionando para a valorização do homem e dos recursos que estão às suas mãos, como também ações do mesmo que influenciam diretamente no modo de vida de cada ser humano. O balanço social passa a ser instrumento de resgate da natureza do meio ambiente, do homem e da própria condição de reconhecimento que o homem é homem e não um destruidor compulsivo que extrai, explora, transforma e vende visando apenas o lucro (KROETZ, 2000).

O balanço social por não ser obrigatório, é divulgado geralmente somente por grandes empresas no Brasil, porém os efeitos que essa divulgação causa já gera bons resultados para sociedade, meio ambiente e empresa por si própria.

É preciso atentar quais informações os trabalhadores e os parceiros nos negócios das organizações, como usuários da informação contábil e como partes integrantes da capacidade produtiva das empresas gostariam de receber. Na concepção de TINOCO (2001, p. 28) “As informações deveriam ser vinculadas e reportadas em suas peças contábeis tradicionais das origens e aplicações de recursos e outros quadros suplementares”.

De acordo com Perottoni (2001) as informações que os colaboradores devem estar atentos estão ligadas ao valor, em reais, das vendas de bens e serviços produzidos pela empresa; valor, em reais, das compras de bens e serviços intermediários; número de empregados na administração e na produção no início e no fim do exercício contábil; salários praticados na administração e por pessoa/hora na produção, também no início e no fim do período contábil; demonstrativo dos trabalhadores por faixa de qualificação e de salários, no início e no fim do ano e

remuneração dos diretores e benefícios conferidos.

Todas essas informações de caráter eminentemente econômico e financeiro são arroladas juntamente com outras de cunho social, como as relativas a emprego que a empresa oferece as pessoas; condições de higiene e segurança no trabalho para o bom desenvolvimento de suas funções na empresa; formação de mão de obra; relações profissionais; outras condições profissionais de vida dependentes da empresa, tais como alojamento, transporte da residência ao trabalho e vice-versa; preservação do meio ambiente e representatividade pública são a origem e a base para a elaboração do balanço social da empresa (PEROTTONI 2001).

Observando os dados contidos no balanço social conforme Kroetz (2000), estes servirão aos usuários denominados de trabalhadores, acionistas, diretores/administradores, fornecedores, clientes, sociedade, governo e estudiosos.

Para se elaborar o balanço social, conforme modelo IBASE (WWW.IBASE.BR), são coletadas informações necessárias com as áreas do departamento pessoal, departamento da contabilidade e departamento de sistemas de informações contábeis, através desses demonstrativos é feito a análise dos indicadores econômicos e sociais.

A informação contábil como instrumento de apoio, constitui uma ferramenta importante na elaboração do balanço social. Comporta duas fases: na primeira o responsável designado para 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 da informação já foram previamente definidos. (TINOCO, 2001)

O balanço social é importante para esclarecimento e divulgação dos dados, dando oportunidade para empresa demonstrar aos colaboradores, a sociedade e seus dependentes e clientes, como retribui seus lucros como um todo.

2.1 História do Balanço Social no mundo

O balanço social surgir pela necessidade das empresas e organizações sentirem a necessidade de prestar informações aos empregados e à sociedade de forma geral. A contabilidade básica esteve voltada primeiramente para os proprietários, posteriormente aos credores, ao governo e aos investidores. Os movimentos sociais ocorridos na década de 60 em países da Europa principalmente Alemanha, França, Inglaterra, juntamente com os Estados Unidos e o Brasil. Estes passaram a exigir mais responsabilidade das empresas que interagem com a sociedade. As empresas passaram a ser vistas não apenas como aquelas que podiam gerar empregos ou contribuir para a formação da riqueza dos países (SANTOS, 2003).

Nos anos 60, durante a guerra do Vietnã, o governo do EUA e as entidades que o apoiavam, vinham sendo criticadas. A sociedade pedia o fim da guerra, mas também exigia por partes das entidades uma nova postura moral e ética, perante os cidadãos. Assim, começa a serem exigidas informações referentes às relações sociais da entidade, dentro e fora dela, surgindo assim às primeiras informações sociais da entidade, publicadas junto com o balanço patrimonial (TINOCO, 2001).

Nos meados da década de 70, os americanos, europeus e latino-americanos, desenvolvem modelos de contabilidade social, auditoria social e balanço social, seguindo interesses particulares e culturas próprias, visando à diminuição da pobreza, melhorias nas relações entre as empresas e os consumidores, planejamento humano e social. Pode-se dizer que a contabilidade evolui sob a influência das pressões

externas, que são cada vez mais intensos na busca de uma revolução nos procedimentos (KROETZ, 2000).

Tecnicamente, conforme Vieira (2006, p. 37), “o primeiro Balanço Social foi realizado na França, pela empresa Singer, em 1972, e, em 1977, naquele mesmo país, foi aprovada a Lei que o tornava obrigatório para as empresas com mais de setecentos empregados”. A partir deste momento, em função das preocupações sociais e ambientais, o balanço social passou a ser um instrumento contábil utilizado em todo o mundo.

Na história do balanço social no mundo, especificamente na França, há uma lei francesa que infere sobre este assunto, Lei nº 77.769, de 12 de julho de 1977, conhecida como *rapport Sudreau*. Esta foi posta em prática em 1979 submetendo as empresas que possuíam 300 ou mais funcionários a publicar o balanço social. Entretanto, desde a década de 60 várias empresas na França já vinham elaborando o balanço social. A partir de 1973, os responsáveis pelas empresas interrogam-se no seio dos organismos empresariais, sobre perspectivas dos indicadores sociais e da informação social. Em 1975 e 1976, as experiências multiplicam-se. Em 1977, a lei sobre o balanço social é aprovada (TINOCO, 2001).

Para melhor entendimento, na sequência no quadro 1 expõe-se o enfoque utilizado na elaboração do balanço social por alguns países, sendo eles: Estados Unidos da América, Holanda, Suécia, Alemanha, Inglaterra e França.

PAÍS	BALANÇO SOCIAL - ENFOQUE
Estados Unidos	Ênfase para os consumidores/clientes e a sociedade em geral; qualidade dos produtos, controle da poluição, contribuição da empresa às obras culturais, transportes coletivos e outros benefícios à coletividade; abordagem de caráter ambiental.
Holanda	Enfoque em informações sobre as condições de trabalho.
Suécia	Ênfase nas informações para os empregados.
Alemanha	Enfoque nas condições de trabalho e nos aspectos ambientais.
Inglaterra	Ênfase no conceito de stakeholders, relatórios abrangentes.
França	Enfoque em informações aos empregados, nível de emprego, remuneração, condição de trabalho e formação profissional.

Quadro1: Balanço Social em Diversos Países.

Fonte: Adaptado de De Luca (1998).

O balanço social é simultaneamente um meio de informação, um utensílio de negociação e um instrumento de planejamento e gestão nas áreas sociais e de recursos humanos.

2.2 Balanço Social no Brasil

O balanço social no Brasil é baseado na experiência americana e europeia, ela busca um modelo de humanizar as empresas e das próprias criarem um modelo de propostas participativas no sentido de desenvolver a relação entre empresa e sociedade.

No Brasil os primeiros ventos de mudanças de mentalidade empresarial já podem ser notados desde meados da década de 60. E, nesse sentido a “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada em 1965, é um marco histórico incontestável no início da utilização explícita da expressão responsabilidade social diretamente associada às empresas e da própria relevância do tema relacionado à ação social das empresas no país;

mesmo que ainda limitado ao mundo das ideias [...] já fazia parte da realidade de uma pequena parcela do empresariado (SILVA e FREIRE 2001, p. 15).

Ainda, Silva e Freire (2001) relatam que as empresas, além de produzirem bens e serviços, devem possuir uma função social que se realiza em nome dos trabalhadores e do bem-estar da comunidade em geral. É necessário desenvolver a tomada de consciência dos empresários para que a gestão empresarial integral inclua necessária e obrigatoriamente a sua responsabilidade social. O IBASE (WWW.IBASE.BR) informa que:

Os primeiros balanços sociais de empresas foram divulgados no Brasil na década de 1980. A iniciativa, porém, só ganharia visibilidade em 1997, quando o IBASE elaborou um modelo único e simplificado de balanço, e o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, iniciou uma campanha pela divulgação voluntária das empresas.

A Comissão de Valores Mobiliários – CVM (2002) determina que o balanço social possibilite que a sociedade tenha conhecimento dessas ações empresariais. Esse conhecimento é divulgado através de um conjunto de informações relevantes, normalmente agrupadas em indicadores que evidenciam, dentre outros, os gastos e investimentos feitos em benefício dos empregados e em benefício da comunidade. De uma forma mais abrangente o balanço social acrescenta ainda informações sobre o meio ambiente e sobre a formação e distribuição da riqueza gerada pelas empresas. Analisado juntamente com as demonstrações financeiras tradicionais constitui-se no instrumento mais eficaz e completo de divulgação e avaliação das atividades empresariais.

A posição da CVM, quanto ao balanço social, foi aludida em dois pareceres de orientação da CVM, o de nº15/87 e o de nº 24/92, que tratam do relatório da administração e da divulgação da demonstração do valor adicionado. A CVM integrou-se a iniciativa do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE, que busca incentivar a divulgação do balanço social.

Perottoni (2001) elaborou uma relação de indicadores que segundo ele atenderiam as necessidades de todos os usuários, neste demonstrativo além das informações contábeis como receita líquida, lucro operacional, total da folha de pagamento e valor pago a prestadores de serviços (terceiros), teriam informações individualizadas de diversos indicadores. Estes indicadores seriam agrupados em indicadores laborais, indicadores sociais e indicadores do corpo funcional.

Os indicadores laborais demonstram os investimentos da empresa em sua força de trabalho e seus dependentes em: alimentação, transporte, remuneração, encargos sociais compulsórios, previdência privada, saúde, educação, participação dos lucros, treinamento e capacitação segurança no trabalho e outros benefícios. Os indicadores sociais considerariam os investimentos da empresa na sociedade e no meio ambiente em: educação, cultura, saúde, esporte e lazer, meio ambiente e outros investimentos. Os indicadores de corpo funcional apresentam informações quantitativas e qualitativas da força de trabalho da empresa como: número de empregados no início e no fim do período, número de empregados portadores de deficiência, número de acidentes de trabalho, nível de escolaridade e outras informações.

A análise destes indicadores demonstram quais as políticas adotadas pela empresa, quais os seus objetivos, qual a cultura organizacional das mesmas e também o grau de comprometimento dela com a coletividade.

2.3 Publicação do Balanço Social

A empresa que realiza projetos sociais geralmente possui vantagem estratégica e competitiva sobre as demais empresas que não aderiram a essa rotina. A publicação do balanço social implica em saber o controle e o benefício que essas ações influenciam diretamente nela e na sociedade. A proposta que o balanço social oferece segundo Instituto ETHOS (2009), revela seus princípios e valores, governança corporativa, diálogo com partes interessadas e indicadores de desempenho econômico, social e ambiental.

A importância da publicação do balanço social é algo que muitos empresários desconhecem ainda, por isso a função do contador da empresa é orientar quanto a este assunto no que poderá crescer na empresa a publicação deste. No entendimento de Freire (1997 p. 4), “O Balanço Social é o conjunto de informações com base técnica contábil, gerencial e econômica capaz de proporcionar uma visão da relação capital-trabalho no que diz respeito aos seus diferentes aspectos econômico-sociais”.

A publicação do balanço social oferece uma proposta de diálogo como os diferentes públicos envolvidos no negócio da empresa que o adota: interno, consumidores/clientes, público interno, comunidade, governo, sociedade e meio ambiente. A proposta é de que o relatório contenha informações sobre o perfil do empreendimento, histórico da empresa, seus princípios e valores, governança corporativa, diálogo com partes interessadas e indicadores de desempenho econômico, social e ambiental (INSTITUTO ETHOS, 2009).

Em consonância ao exposto o balanço social é o chamado de uma publicação de informações referentes aos indicadores de investimentos e ações realizadas pela empresa no cumprimento de sua função social, junto aos seus colaboradores, a comunidade e ao governo, com quem interagem direta ou indiretamente.

2.4 Benefícios da Divulgação do Balanço Social

O desenvolvimento do balanço social dentro das organizações é uma ferramenta que auxilia no relacionamento da organização com o público interno e externo, proporcionando uma melhor avaliação dos trabalhos desenvolvidos pela empresa expondo as melhorias que esses projetos proporcionam aos funcionários, fornecedores, meio ambiente e sociedade em geral.

Sua contribuição para a qualidade nos negócios é essencial, pois será ele uma demonstração que irá divulgar os investimentos e as influências da entidade para com o ambiente externo, e será, ainda, um importante instrumento gerencial, à medida que apresentar diversos indicadores e parâmetros, capazes de interferir no desenvolvimento do planejamento organizacional, em todos os seus níveis (KROETZ, 2000, p. 82).

Ele serve como um instrumento de marketing, pois ao publicar o balanço a empresa estará divulgando sua marca, porém, deve-se enfatizar que seu objetivo principal é mostrar os benefícios proporcionados a comunidade. Segundo Tinoco (2001, p. 36) “O Balanço Social tem por objetivo descrever uma certa realidade econômica e social de uma entidade, mediante o qual é suscetível de avaliação”.

Esta ferramenta da nova era de gestão empresarial, não é apenas algo para que uma organização possa apenas visar o lucro ou tirar vantagens, mas sim poder ser mais responsável em todas as esferas comerciais e sociais, podendo contribuir para uma melhoria contínua na vida de toda a sociedade. O balanço social é apresentado

como um demonstrativo social para que a sociedade constate o que a organização está fazendo em prol da comunidade onde está inserido, assim, todo o desenvolvimento de seus trabalhos, poderá ser avaliado pela comunidade, tanto nas ações positivas quanto negativas, e no segundo caso permitir medidas corretivas para solucionar os problemas (MELLO, 2012).

A realidade brasileira quando se trata de balanço social pode ser discutida através de um comparativo com os demais países que já estão adiantados nesse assunto.

As empresas norte-americanas e europeias já sabem que não bastam preços baixos e produtos de qualidade. O consumidor, enquanto cidadão quer saber se a produção não foi obtida à custa da impureza do ar, da poluição dos rios, da morte de animais, dos desmatamentos, da dignidade de seus habitantes, entre tantos outros males provocados pela ganância do homem, nem sempre “racionais” (KROETZ, 2000, p.57).

A importância de se apresentar um balanço social é aprimorar as práticas de transparência e responsabilidade dentro da organização social, demonstrando assim de onde vem os seus recursos, onde eles são aplicados, quais atividades são desenvolvidas e como a organização lida com seus colaboradores e dependentes, direto e indiretamente.

2.5 Instituto Ethos

O guia de elaboração do balanço social publicado pelo Instituto Ethos vem incentivando as organizações a perceber quanto à produção do balanço social está relacionada à gestão de responsabilidade social empresarial. É um dos pontos nos quais acontece a convergência dos dois pilares da definição de responsabilidade social empresarial: a relação ética e transparente com todos os públicos com os quais e empresa se relaciona e o estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade (INSTITUTO ETHOS, 2007).

O mesmo Instituto Ethos (2007, p. 8), apresenta no seu guia de elaboração do balanço social e relatório de sustentabilidade as etapas para elaboração deste demonstrativo:

- Planejamento do trabalho e escolha da estrutura.
- Designação do grupo de trabalho interno e partes interessadas externas a serem envolvidas e alinhamento de objetivos e compromissos com a alta administração e equipes.
- Coleta, tratamento e consolidação dos dados.
- A elaboração e análise do texto.
- A publicação e divulgação do relatório.
- Após a publicação, recomenda-se uma consulta às partes interessadas sobre a qualidade das informações prestadas, para que as sugestões de alteração sejam consideradas no processo de elaboração do balanço social do período seguinte.

Ashley *et al* (2003, p. 25) vai mais além, mostrando a finalidade dos indicadores Ethos de responsabilidade social apresentados no balanço social.

A principal finalidade dos Indicadores ETHOS de Responsabilidade Social

Empresarial é fornecer às empresas um instrumento de acompanhamento e monitoramento das suas práticas de responsabilidade social, tratando-se de uma ferramenta de uso essencialmente interno, de um instrumento de auto-avaliação.

Este guia de elaboração do demonstrativo pode ser usado como modelo para todos os tipos de empresa, tanto para as que nunca publicaram quanto para as que já publicam o balanço social independente do formato.

2.6 Modelo do Balanço Social

Existem alguns modelos de balanços sociais disponíveis, entre eles os específicos para micro e pequenas empresas, cooperativas, instituições de ensino, fundações e organizações sociais.

Criado em 1997 é um demonstrativo pelo qual as empresas são convidadas a comunicar os seus investimentos internos e externos em ações de responsabilidade social empresarial para com a comunidade. (INSTITUTO ETHOS, 2007)

Segue abaixo alguns exemplos do IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. Atualmente é composto por 43 indicadores quantitativos e oito indicadores qualitativos, apresentando dados e informações de dois exercícios anuais da empresa. (INSTITUTO ETHOS, 2007)

Em conformidade com IBASE, Wissmann (2007) apresenta comentários sobre modelo de balanço social para algumas categorias sendo: Modelo Geral; Modelo para micro e pequenas empresas; Modelo para Cooperativas; Modelo para Instituições de Ensino, Fundações e Organizações Sociais.

Modelo Geral – IBASE: o modelo IBASE geral foi o primeiro a ser desenvolvido pelo Instituto. Desde sua criação, já passou por várias adequações. Sempre com a visão de atender de forma flexível a todas as empresas interessadas em divulgar os indicadores sociais, independentemente da sua atividade. Sua estrutura prevê a apresentação da receita líquida, do resultado operacional e da folha de pagamento bruta, como base de cálculo para efeitos de identificação que os indicadores sociais internos, externos e ambientais apresentam, o modelo reserva espaço para os indicadores do corpo funcional, informações pertinentes ao exercício da responsabilidade social, ética e transparência nas ações.

Modelo para micro e pequenas empresas – IBASE: o IBASE desenvolveu este modelo visando atender o porte da empresa, e o número de indicadores e características promovidos.

Modelo para Cooperativas – IBASE: devido às características diferenciadas frente aos sócios, traz logo como segundo campo os indicadores do corpo funcional prevendo a diferenciação entre associados e empregados. Apresenta características específicas, também no terceiro campo onde expõe os indicadores de organização de gestão, espaço onde são relacionados desde os procedimentos de integralização das quotas-partes, a remuneração dos cooperados e dos empregados até as informações sobre o relacionamento com os cooperados na busca de soluções e o estímulo à educação. Os indicadores econômicos aparecem somente no quarto campo, dando ênfase a remuneração dos cooperados, ao valor da quota-parte e às sobras ou perdas do exercício. O quinto, sexto e sétimo campos se assemelham ao modelo geral, porém com classificação referente aos benefícios gerados aos associados e aos empregados de forma distinta.

Modelo para instituições de Ensino, Fundações e Organizações Sociais - IBASE: por apresentarem características próprias na sua identificação, além do nome, é solicitada natureza jurídica, se tem ou não fins lucrativos, isentos de cota patrimonial do INSS, se possuem certificado de entidade beneficente de assistência social, entre outros. O segundo campo trata da origem dos recursos e de sua participação percentual da receita total. O terceiro campo trata da aplicação dos recursos de acordo com os projetos desenvolvidos, salários e demais despesas e encargos. Os indicadores sociais internos assemelham-se aos demais modelos, diferenciando-se no espaço reservado para as metas do próximo ano. O campo quinto apresenta os projetos, ações e contribuições para a sociedade, identificando o tipo, valor e número de pessoas beneficiadas. O campo “outros indicadores” refere-se ao número de alunos, bolsas de estudo, de iniciação científica e de pesquisa. As informações sobre o corpo funcional e a qualificação do corpo funcional estão apresentadas no campo sete e oito respectivamente. De forma mais completa, este modelo prevê um espaço reservado para informações relevantes quanto à ética, transparência e responsabilidade social no campo nove, reservando o campo dez para outras informações.

O balanço social se elaborado conforme o que dita o IBASE (2008) evidencia dados de dois exercícios através de uma tabela, devendo ser publicada e divulgada. O modelo é ainda dividido em sete categorias assim descritas: Base de cálculo; indicadores sociais internos; indicadores sociais externos; indicadores ambientais; indicadores do corpo funcional; informações relevantes quando ao exercício da cidadania empresarial; outras informações.

Ainda a respeito do modelo de balanço social o IBASE (2008) evidencia os números associados à responsabilidade social de diversas áreas. O modelo traz 43 indicadores quantitativos e oito qualitativos, detalhadas dentro de sete categorias, sendo elas: base de cálculo, indicadores sociais internos, indicadores sociais externos, indicadores ambientais, indicadores do corpo funcional, informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial e outras informações.

2.7 Responsabilidade Social

O histórico da responsabilidade social remonta ao século XVI nos Estados Unidos da América. Nessa época, as dívidas de cada indivíduo, após sua morte, eram repassadas aos seus descendentes que eram obrigados a assumir seu ônus da dívida (KORTEN, 1996 *apud* REIS e MEDEIROS, 2007, p. 6).

No Brasil o movimento de responsabilidade social é muito recente, ganhando forte impulso na década de 90, através da ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão.

A partir de então, as empresas brasileiras têm buscado uma adequação à prática vigente, sendo grande o número de empresas que, atualmente, procuram oferecer empregos a deficientes físicos e outras atitudes responsáveis, já que estas empresas visam obter certificados de padrões de qualidade e de adequação ambiental, as chamadas certificações ISO e, mais recentemente, como forma de comprovar sua observância quanto à responsabilidade social, as certificações sociais, tipo S.A (*Social AccountAbility*) 8000 (DURÃO, 2004, p. 12).

Não é segredo que o Brasil figura entre os maiores países do mundo em termos de desigualdade social. As ações filantrópicas, que se concentram em datas

específicas como campanhas de agasalho ou arrecadação de brinquedos no natal, embora muito importantes, não são suficientes para substituírem as políticas públicas.

Essa visão da organização como entidade ética e socialmente responsável, faz com que as organizações passem a se envolver mais com os problemas sociais da comunidade, por meio de participação em campanhas beneficentes, programas de proteção ambiental, contribuição a programas assistenciais e culturais, contribuição a programas de saúde, alimentação e educação para os funcionários e seus dependentes (RODRIGUES, 2001, p. 26).

Segundo Tachizawa (2009, p. 55) “A responsabilidade social e ambiental, pode ser resumida no conceito de “efetividade”, como o alcance de objetivos do desenvolvimento econômico-social”.

Por longo tempo as empresas somente se preocupavam em oferecer serviços e produtos aos seus clientes e em consequência, obter lucro. Atualmente, as entidades exercem o comportamento social nos seus negócios, pois é uma estratégia que traz benefícios no médio e longo prazo para a organização, quando exercido corretamente.

Na concepção de Pinto e Ribeiro (2004, p. 24), “A empresa como agente econômico tem como missão produzir bens (produtos e serviços) e, conseqüentemente, gerar riqueza. Além de agente econômico, é também um agente social (geração de bem estar social)”, assim tem o dever de prestar contas à sociedade. O que a torna responsável socialmente social.

Conforme Grajew (2000, p. 15) responsabilidade social da empresa “envolve o comportamento ético e a qualidade das relações que a empresa estabelece com todos os seus públicos. É um processo contínuo de aprendizagem, que para se concretizar, deve estar incorporado à gestão dos negócios”.

Corroborando com esta ideia, porém dando um enfoque maior no público interno, Karkotli (2006, p. 45) relata que “As organizações devem exercer a responsabilidade social em seu interior (dando suporte aos seus funcionários, oferecendo aos mesmos, melhorias na qualidade de vida) e no seu exterior proporcionando melhorias à comunidade”.

Uma empresa socialmente responsável é aquela que decide de forma voluntária contribuir com ações sociais na sociedade e ajuda a diminuir os impactos sobre o meio ambiente. Porém, só isso não é suficiente. Deve haver um comprometimento social também com o bem-estar de seus funcionários, para que eles trabalhem motivados e com dedicação (KARKOTLI, 2006).

Matos, Matos e Almeida (2007, p. 353) afirmam que:

Uma empresa-cidadã tem no seu compromisso, com a promoção da cidadania e o desenvolvimento da comunidade, o seu diferencial competitivo, buscando, desta forma, ser uma organização que investe recursos financeiros, tecnológicos e mão-de-obra em projetos de interesse público. É uma organização que cria um ambiente agradável de trabalho valorizando seus recursos humanos e é capaz de desenvolver um modelo de gestão integrado onde as pessoas têm um papel decisivo no seu comportamento com relação à comunidade e a sociedade em geral. E ainda, é uma empresa que se organiza e constrói maneiras alternativas de participar, conviver e viver melhor.

Ashley *et al* (2003) consideram que a responsabilidade social engloba toda e qualquer ação da empresa que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida

da sociedade. Responsabilidade social 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 pro ativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.

O mundo empresarial vê, na responsabilidade social, uma nova estratégia para aumentar seu lucro e potencializar seu desenvolvimento. Essa tendência decorre da maior conscientização do consumidor e conseqüente procura de produtos e práticas que gerem melhoria para o meio ambiente ou comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania.

O que se verifica, atualmente, é que não existe mais uma linha divisória entre problemas que estão fora e dentro das empresas: as soluções devem ser compartilhadas com a sociedade de forma geral e as empresas devem contribuir ativamente com as soluções, sob o risco de serem questionadas, processadas e cobradas pelos seus atos.

De acordo com o Instituto Ethos (2009):

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

Ao participar das ações sociais, a organização, além de contribuir com a melhor qualidade de vida de seus funcionários e a sociedade, atua também como uma incentivadora do desenvolvimento social. Sendo que este é necessário para haver um desenvolvimento econômico satisfatório, em qualquer país.

Ainda esclarece que muitas pessoas confundem Responsabilidade Social Empresarial com filantropia ou ação social de empresas. Ação social são doações ou projetos sociais que beneficiam alguns grupos, como comunidades, famílias de empregados, escolas ou ONGs. A Responsabilidade Social das empresas envolve atitudes, ações e relações com um grupo maior de partes interessadas (*stakeholders*) como consumidores, fornecedores, sindicatos e governo (PUPPIM, 2008, p. 66).

De acordo com UNCTAD (2001 *apud* KARKOTLI, 2006), as obrigações e questões decorrentes da responsabilidade social das empresas podem ser agrupadas da seguinte forma: obrigações para com o desenvolvimento; obrigações sócio-políticas; proteção do consumidor; normas de governança corporativa; ética na administração e respeito aos direitos humanos. Essas abordagens estão resumidas na seqüência:

- a) Obrigações com o desenvolvimento: nascem do impacto das empresas nas metas de desenvolvimento econômico dos países nos quais operam.
- b) Obrigações sócio-políticas: abrangem a obrigação de participar do processo político dos seus países, em respeitar a soberania e sua integridade cultural, além de cooperar com a política econômica e social.
- c) Proteção do consumidor: trata-se do direito do consumidor de ter acesso à informação adequada que lhe possibilite fazer uma escolha de acordo com seu interesse e necessidade individual.

d) Normas de governança corporativa: têm como princípios a relação entre a direção da companhia, seu conselho de administração, seus acionistas e seus participantes.

e) Ética na administração: está diretamente relacionada à indústria, mas também, de uma forma mais ampla, a práticas de boa governança que procuram assegurar comportamento ético nos negócios e na administração.

f) Respeito aos direitos humanos: padrões inseridos em códigos e diretrizes, criados por grupos da sociedade civil para requerer respeito por parte das empresas aos direitos humanos fundamentais nas suas relações envolvendo consumidores, comunidades, sindicatos, autoridades reguladoras, organizações não governamentais.

Praticar responsabilidade social significa que a empresa passa a tomar uma posição ética e a ter uma visão ampliada do negócio, não considerando somente seus objetivos econômicos e comerciais, mas se preocupando com o impacto ambiental de seus produtos e serviços e assumindo seu papel na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, tornando esse processo uma filosofia de gestão.

Assim, as empresas voltadas para uma gestão socialmente responsável procuram investir numa relação ética, transparente e de qualidade com todos os seus públicos de relacionamento. Quando a empresa deixa de cumprir suas obrigações sociais com sua cadeia de relacionamentos (clientes, funcionários, acionistas, fornecedores, governo, sociedade), ela começa a perder sua credibilidade. Há desmotivação por parte dos funcionários e conseqüente perda do capital intelectual, além de sofrer acusações de injustiça social, perda de clientes e parceiros, bem como aumento nas reclamações e conseqüente redução nas vendas. Isso pode ser verificado através dos indicadores da gestão de responsabilidade social.

De acordo com Tenório *et al* (2006, p. 7), “Os indicadores possibilitam a comunicação transparente da organização com seus diversos agentes. Dessa forma, as corporações reforçam seu compromisso com a ética nos negócios e a melhoria da qualidade de vida da sociedade”. Com isso, várias empresas vêm publicando seu balanço social, juntamente com os demais demonstrativos contábeis, com a finalidade de medir seu desempenho no âmbito das atividades sociais e também demonstrar que estão preocupados e realizando sua parte de responsabilidade social.

2.8 Projetos Sociais

Os projetos sociais nascem do desejo de mudar uma realidade. Eles são pontes entre o desejo e a realidade. São ações estruturadas e intencionais, de um grupo ou organização social, que partem da reflexão e do diagnóstico sobre uma determinada problemática e buscam contribuir, de alguma maneira, para outro mundo possível. O IFCE (www.ifce.edu.br) considera que:

Os projetos sociais são um exercício de cidadania, pois envolvem as pessoas para além do seu campo de vivência, permitindo a transposição de barreiras e preconceitos em benefício do outro. Eles são um meio para que haja maior conscientização do indivíduo diante do papel que ele desempenha na sociedade, além de despertar o sentimento de solidariedade.

A definição de projeto social do autor remete a uma unidade política e a uma estratégia de desenvolvimento social. Fortalecer com o seu ponto de vista quando ele avança a discussão e insere uma problemática que parte de uma ação localizada no tempo e focalizada em seus resultados, ou seja, um projeto social está substanciado

nos objetivos de implementação de políticas que visem solucionar ou atenuar carências sociais identificadas (PAMPOLONI JÚNIOR, 2001).

É preciso considerar que o “projeto” é um conjunto de atividades a serem executadas com a finalidade de alcançar resultados e um alvo. Para ser realizado, requer recursos financeiros e humanos, tempo disponível, objetivos e resultados definidos de forma clara, compatibilizando sempre os recursos e o tempo, de modo que as atividades sejam executáveis, coerentes e que levem em conta os beneficiários.

Armani (2000, p. 18) relata que, “Um projeto é uma ação social planejada, estruturada em objetivos, resultados e atividades, baseados em uma quantidade limitada de recursos [...] e de tempo”.

O projeto social surge de uma necessidade de um problema concreto. Ao elaborar um projeto é necessário atentar para a solução de problemas de modo que as ideias sejam transformadas em ações. No desenvolvimento dos projetos sociais são fundamentais que sejam claros os objetivos, especificar os recursos, declarar parcerias e como serão analisados os resultados.

3 APRESENTAÇÃO DO CASO PRÁTICO

Em particular para esta pesquisa, foi determinado um nome fictício para a empresa em estudo, devido ao respeito a sua privacidade. Aqui ela é chamada de “Instituto Viver Bem”. Empresa de natureza de sociedade limitada, hoje, com 15 anos de existência, atua na de produção e comércio de produtos para a área da saúde, com ênfase para a Fisioterapia e Ortopedia. Além dessas duas áreas, também atua nos seguintes segmentos: Estética, Dental, Pilates, Fitness, Medicina, Anatomia e Treino Funcional. A empresa conta com dois socios majoritários. A matriz está localizada na cidade de Santa Tereza do Oeste - PR, com a área de produção e suas oito filiais nas localidades de Cascavel - PR, Curitiba - PR, São Paulo - SP, Campinas – SP, Rio de Janeiro - RJ, Belo Horizonte - MG, Porto Alegre - RS e Recife – PE. Ao todo, matriz e filiais possuem 190 funcionários.

A pesquisa teve maior ênfase na empresa matriz e na filial de Cascavel-PR devido à facilidade da coleta de dados. Foram utilizados os dados e informações fornecidas através do questionário diferenciado e aplicado no mês de março de 2013, na matriz e em todas as filias, totalizando 92 pessoas, tornando uma amostra por conveniência.

A empresa pesquisada desenvolve projetos sociais nas áreas de saúde, educação, cultura e esporte. Sendo distribuídos em projetos que estão identificados nos indicadores sociais e nos indicadores laborais que consideram os investimentos da empresa direcionados na segurança e saúde no trabalho (ergonomia, fisioterapia, atividades físicas laborais, etc.), além de campanhas que incentivam os seus colaboradores e dependentes a fazerem exames médicos na área de saúde preventiva, tanto às mulheres como aos homens e, na área dentária com prevenção a doenças bucais. Também há incentivos para os colaboradores estudarem através de ajuda de custo com bolsas de estudos, capacitação e desenvolvimento profissional e, educação para a qualificação profissional, através de cursos dentro e fora da empresa, patrocinados pela organização. Busca a interação entre colaboradores com participação de seus dependentes em jogos internos e esportes em geral, tornando esse um momento de lazer. Além de incentivos a programas de trabalhos voluntários. Através do balanço social são divulgados os valores investidos entre todos os projetos

desenvolvidos, tanto para os colaboradores como para os dependentes, que soma em média R\$ 965.000,00 (novecentos e secenta e cinco mil reais), representando média de 22,80% sobre o retorno operacional anual.

Ela atua com responsabilidade social, pois não utiliza mão de obra infantil ou trabalho escravo, bem como, respeita e valoriza a diversidade interna e externa a organização. Nos indicadores de corpo funcional percebe-se que busca a mixigenação no seu quadro de funcionários, pois no total de 190 funcionários, 13 são estagiários (homens e mulheres), 45 tem acima de 45 anos de idade (homens e mulheres), 108 são mulheres, destas 67 ocupam cargos de chefia, 18 funcionários são negros (homens e mulheres), dentre esses 2 ocupam cargos de chefia e 3 funcionários são portadores de deficiência (homens e mulheres).

Para este estudo os pesquisados são gestores das áreas financeiras, de produção, de recursos humanos, logística, faturamento, expedição, vendas e compras, funcionários do setor de contabilidade, composto por gestores contábil, coordenadores de área, colaboradores e estagiários, além dos dependentes destes funcionários. Tendo como objetivo principal evidenciar o conhecimento e os benefícios dos projetos sociais divulgados no balanço social na visão dos gestores, dos funcionários do setor contábil e seus dependentes. Abaixo o quadro 2 mostra a distribuição dos pesquisados.

INFORMATIVO DOS PESQUISADOS	
FUNÇÃO	Nº DE PESQUISADOS
GESTORES	18
FUNCIONARIOS DO SETOR CONTÁBIL	35
DEPENDENTES	39
TOTAL	92

Quadro 2: Informativo dos pesquisados
Fonte: dados da pesquisa (2013)

3.1 Pesquisa com os Gestores

O quadro apresentado na sequência demonstra a pesquisa elaborada com os gestores em relação ao balanço social no processo decisório, e sua percepção quanto à responsabilidade social e projetos sociais praticados pela empresa. Foram pesquisados 18 gestores da matriz e das filiais, com maior ênfase na filial de Cascavel-PR.

Questões para os gestores	Análise das respostas dos 18 gestores
Pode considerar o balanço social uma ferramenta útil para os gestores nas tomadas de decisões?	Os gestores estão conscientes que o balanço social é um demonstrativo relevante na parte social para a organização. Através da pesquisa obteve-se que, 55% dos gestores consideram o balanço social uma ferramenta útil nas tomadas de decisões, 10% não consideram por não saberem interpretar o balanço social, ou por não conseguirem identificar seus benefícios, e, 35% consideram útil em partes, levando em consideração qual tipo de decisão será tomada.
Para você enquanto gestor, em algum momento já foi utilizado às	Observou que o balanço social ajuda em muito as organizações nas tomadas de decisões, como já foi mostrado na questão anterior. Os gestores estão cientes da

informações do balanço social como um dos critérios decisórios?	importância deste demonstrativo. Nesta questão os percentuais obtidos foram que, 50% dos gestores já utilizaram as informações do balanço social como um critério decisório, outros 10% dos gestores não utilizam por não saberem interpretar os resultados divulgados, e 40% utilizaram de alguma outra forma que não seja no processo decisório.
Na sua percepção de gestor a empresa age responsabilmente social, em relação aos seus <i>stakeholders</i> , consumidores, fornecedores, sindicatos, governo, colaboradores e meio ambiente?	Na percepção dos gestores a empresa age com responsabilidade social, pois através da pesquisa obteve-se que 100% afirmaram que sim, isso mostra que os gestores tem conhecimento das atitudes sociais ocorridas na empresa;
Na sua visão de gestor, os colaboradores e dependentes são beneficiados de alguma forma através dos projetos sociais desenvolvidos pela empresa?	Os gestores em geral de todos os setores, acham louváveis os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa. Pois, 100% afirmaram que de alguma forma eles são beneficiados os mais citados são: cultura, educação, saúde e esporte.

Quadro 3: Questões para os gestores
Fonte: dados da pesquisa (2013)

3.2 Pesquisa com os Funcionários do Setor Contábil

No quadro de número 4 exposto na sequência, é explanado sobre o conhecimento da divulgação do balanço social, os benefícios dos projetos sociais e os investimentos divulgados no balanço social pela empresa pesquisada, segundo a visão dos funcionários do setor contábil. Foram entrevistados 35 funcionários da matriz e das filiais, com maior ênfase na filial de Cascavel – PR.

Questões para os funcionários do setor da Contabilidade	Análise das respostas dos 35 funcionários
Você conhece, sabe interpretar, ou já ouviu falar em balanço social?	Os funcionários são beneficiados com a divulgação do balanço social. Mesmo assim percebe-se que a grande maioria não tem conhecimento deste demonstrativo. Pois, pelos respondentes obteve que 30% conhecem e sabem interpretar o balanço social sem dificuldades ou ajuda. 30% já ouviram falar sobre o balanço social, porém não sabem sua importância e 40% não sabem o que é balanço social ou não sabem interpreta-lo sem ajuda.
Na sua concepção, uma empresa que investe em projetos sociais é vista de forma diferenciada pelos clientes?	Uma empresa por participar de projetos que envolvam a sociedade pode gerar algum reflexo positivo aos seus clientes, a avaliação feita pelos funcionários da empresa pesquisada foi que a maioria com 45% acreditam que de alguma forma o Balanço Social pode influenciar na escolha da empresa que estes irão utilizar seus serviços. 30% dos colaboradores acreditam que os clientes veem de forma diferenciada a empresa que investe em projetos sociais, e 25% acreditam que para os clientes não interessa se a empresa investe ou não em projetos sociais.
Antes de visualizar o balanço social, você tinha conhecimento que a empresa participava de projetos sociais?	A empresa divulga os seus projetos sociais no balanço social, porém, muitos ainda não têm conhecimento que a empresa investe em projetos sociais, isso mostra que é necessário dar maior ênfase na divulgação do balanço social devido a sua importância como uma ferramenta informativa. A metade dos entrevistados 50% não sabiam que a empresa participava de

	projetos sociais, 35% ouviram falar de alguns projetos que a empresa participou e 15% dos entrevistados já tinham conhecimento que a empresa participa de projetos sociais.
Sua relação com a empresa pode mudar (para melhor ou pior) após analisar os investimentos divulgados no balanço social?	Em consequência de grande parte dos pesquisados não possuírem conhecimento do balanço social, isso pode ter sido um dos fatores que levou muitos a acreditar que sua relação com a empresa não será influenciada após a divulgação do demonstrativo. Onde 40% imagina que não mudaria devido não sabem analisa-lo com precisão. Outros 40% entendem que podem mudar em alguns aspectos, para melhor no caso de investimento positivo e para pior no caso de verificar pouco investimento em projetos sociais. Por fim 20% não muda nada, pois já conhecia os benefícios que a empresa promovia para sociedade e seus colaboradores.
Qual sua análise dos projetos sociais apresentados no balanço social da empresa “Instituto Viver Bem”?	Após a divulgação e a identificação de seus benefícios para a empresa, pode-se perceber que os funcionários em sua maioria ainda não conhecem o balanço social, e da mesma forma seus projetos sociais e ambientais. Com a divulgação interna deste demonstrativo os funcionários poderão conhecer e analisar melhor seu local de trabalho observando os benefícios que o balanço social traz a eles em termos de conhecer os investimentos em projetos. Ficou evidente que estes acreditam que uma empresa que investe em projetos sociais pode ser bem vista diante de seus clientes, e também que sua relação com o ambiente interno da empresa pode melhorar com a divulgação do mesmo. Demonstrando uma boa aceitação e aprovação dos indicadores do demonstrativo, com isso, quem ganha é a empresa, e os próprios funcionários. O resultado apontou que 80% dos pesquisados analisaram como bom, 10% analisaram como ótima, e 10% analisaram como regular devido a muitos funcionários não saberem o que é e como interpretar a divulgação do balanço social.
Na sua percepção, através dos projetos sociais desenvolvidos pela empresa, os colaboradores são beneficiados de alguma forma?	Os funcionários da área contábil também veem com bons olhos. Pois, 90% afirmaram que são beneficiados de alguma forma (cultura, educação, saúde, esporte e outros). Apenas 10% acham que não. Porém, destes a maioria não tem conhecimento dos projetos sociais da empresa o que pode ser motivo para tal resposta.

Quadro 4: Questões para os funcionários do setor contábil
Fonte: dados da pesquisa (2013)

3.3 Pesquisa com os Dependentes

Da mesma forma, foi aplicado um questionário para alguns dependentes da empresa pesquisada, referente o conhecimento do balanço social e os projetos sociais da empresa. Foram entrevistados 39 dependentes dos funcionários do setor contábil da matriz e das filiais. A pesquisa encontra-se no quadro 5 abaixo.

Questões para os dependentes dos funcionários do setor contábil	Análise das respostas dos 39 dependentes
Qual sua análise do balanço social da empresa “Instituto Viver Bem”?	Como os funcionários já tinham analisado o balanço social da empresa positivamente, seus dependentes da mesma forma analisaram em sua maioria como bom com 70% dos entrevistados, 25% acharam regular, por fim 5% acharam ótimo. Nenhum entrevistado julgou como ruim. Refletindo

	positivamente para empresa, pois, da mesma forma que está satisfazendo seus colaboradores, está também satisfazendo seus dependentes.
Referente aos projetos sociais desenvolvidos pela empresa e evidenciados no balanço social, qual você mais valoriza?	Nota-se através da pesquisa que a sociedade ainda é carente no que diz respeito à educação, a metade dos entrevistados valorizam mais os projetos ligados aos indicadores da educação com 50%, quanto ao esporte 20%, referente a cultura foi de 10% e 20% em outros indicadores. Este resultado é o reflexo de forma generalizada que a educação brasileira não pode ser considerada ótimo.
Você dá preferência a empresas que incentivam e participam de projetos sociais?	A pesquisa apontou que entre os dependentes 45% são indiferentes em relação à empresa participar ou não de projetos sociais, 40% dá preferência a empresas que incentivam projetos sociais e 15% não analisam se a empresa participa ou incentiva de alguma forma de projetos sociais.
Referente aos projetos sociais desenvolvidos pela empresa, na sua percepção os seus colaboradores e dependente são beneficiados?	Como foi observada em relação aos colaboradores a maioria positiva. Para os dependentes não foi diferente. 90% acredita que são beneficiados pelos projetos sociais que a empresa desenvolve. Enquanto que somente 10% são indiferentes aos projetos. Foi observado que são dependentes que não usufruem dos projetos sociais da empresa.

Quadro 5: Questões para os dependentes dos funcionários

Fonte: dados da pesquisa (2013)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas estão cada vez mais se preocupando com os aspectos sociais que vem crescendo ao longo dos anos, muitas vezes pressionadas pela globalização e pela sociedade em geral, que por sua vez estão cobrando mais ações sociais por parte do governo e das empresas, no sentido de buscar melhorias nas condições humanas e maior igualdade social.

A divulgação do balanço social e de seus projetos sociais reflete em todos os envolvidos com a empresa, eles poderão identificar e analisar as políticas sociais do ambiente que está inserida. No entanto, este demonstrativo não deve ser encarado pelas empresas como uma obrigação, mas sim como uma forma de valorizar sua imagem em consonância a seus colaboradores e dependentes, podendo assim identificar o que deve ser melhorado, ou o que deve ser criado, tornando uma ferramenta útil também nas tomadas de decisões de seus gestores.

Levando em consideração as questões e levantamento de dados pode-se afirmar como ponto negativo que alguns pesquisados não têm conhecimento do que é, não compreendem e não sabem para que serve o balanço social. Mesmo assim, observa-se no caso dos funcionários que a partir de uma breve análise eles já percebem os indicadores em que a empresa está investindo, assim como, qual a porcentagem que ela destina em projetos sociais para seus colaboradores. Isto pode levar a uma nova percepção dos colaboradores em relação à empresa, tende a melhorar relação entre ambos, o que é salutar.

Já para seus dependentes reflete positivamente, pois a sociedade cada vez mais está se conscientizando quanto aos fatos que envolvem a sociedade e o meio ambiente. O balanço social vem como uma ferramenta importante para que eles

possam identificar quais são as empresas que têm esta responsabilidade social na prática em prol da sociedade, bem como, os benefícios que eles têm através dos projetos sociais desenvolvidos pela empresa.

Outro ponto positivo é que os gestores têm utilizados as informações do balanço social como ferramenta de tomada de decisão. Por outro lado, percebe-se que, tanto entre os funcionários quanto para os dependentes, a aceitação no mercado por empresas que são responsáveis com a sociedade é muito boa, observou também que os projetos sociais são valorizados como benefícios aos colaboradores e dependentes, principalmente o fator educação que foi o de maior relevância entre seus dependentes pode ser um dos motivos pelo qual a empresa tem sido bem avaliada entre eles.

A publicação do balanço social não é obrigatória para a empresa pesquisada, mas pode ser de relevância. É uma forma que ela tem para demonstrar quais são os benefícios obtidos através dos projetos sociais que são oferecidos para todos que estão ligados a ela direta ou indiretamente. Isso leva os colaboradores avaliar a empresa de forma positiva ou negativa de acordo com o demonstrativo. Destarte, os benefícios da publicação do balanço social são muitos e seus reflexos podem ajudar na identificação de melhorias para a empresa.

Os principais benefícios evidenciados pelos pesquisados neste estudo, estão em considerar a boa aceitação da empresa pelos seus funcionários e dependentes. Tornando o ambiente interno é externo mais agradável para ambos, mesmo com o pouco conhecimento sobre o que é o balanço social. Ainda, nota-se que demonstrando os indicadores e variáveis, a análise dos funcionários e dependentes sobre a empresa pode mudar, e para melhor. Denota que a empresa está cada vez mais preocupada com a sociedade em que está inserida, do mesmo modo que os entrevistados também mostram interesse sobre o assunto. Destarte, os reflexos são muitos favoráveis para ambas as partes.

Assim conclui-se que o balanço social é uma ferramenta relevante para a empresa estabelecer suas metas e suas decisões estratégicas buscando distribuir seus recursos da melhor forma, beneficiando não apenas seus colaboradores através de recursos investidos em projetos sociais, mas também todos que interagem com a empresa, assim, tornando o ambiente empresarial mais agradável para todos. Consequentemente, contribui para que a empresa seja mais bem vista pela sociedade.

A sugestão para organização é de divulgar via internet uma definição do que é, para que serve e como analisar e interpretar o balanço social, disponibilizando um e-mail para sanar eventuais dúvidas sobre a divulgação do mesmo, para que todos os funcionários e dependentes tomem conhecimento desta ferramenta.

REFERÊNCIAS

ARMANI, Domingos. **Como elaborar projetos?: Guia prático para elaboração e gestão de projetos sociais**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2001.

ASHLEY, P., Queiroz, A., Cardoso, A., Souza, A., Teodósio, A., & Borinelle, B. *et al.* (2003). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. Rio de Janeiro: Editora Saraiva.

CVM. Comissão de Valores Imobiliários. Informações Gerais. Disponível em: [HTTP://WWW.CVM.GOV.BR/](http://www.cvm.gov.br/). Acessado em 10 de jun. de 2013.

DE LUCA, Márcia Martins Mendes. **Demonstração do valor adicionado**. São Paulo: Atlas, 1998.

DURÃO, J. V. **Perfil e Panorama Atual da Responsabilidade Social Empresarial: Uma análise da indústria paulista**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

INSTITUTO ETHOS, Instituto. **Artigos diversos**. Disponível em: [HTTP://WWW1.ETHOS.ORG.BR/ETHOSWEB/PT/295/APRENDA_MAIS/BIBLIOTECA/BIBLIOTECA.ASPX](http://www1.ethos.org.br/ethosweb/pt/295/aprenda_mais/biblioteca/biblioteca.aspx). acessado em 20 de jun. 2013.

FRANÇA, LEI 77769 de 1977. **Institui o Balanço Social Francês**.

FREIRE, Fátima de Souza. **O Balanço Social no Brasil: gênese, finalidade e implementação como complemento às demonstrações contábeis**. Fortaleza: Mimeo, 1997.

GRAJEW, O. **Negócios em responsabilidade social**. São Paulo: Axis Mundi, AMC, 2000.

IBASE. **Balanço Social**. Informações gerais. Disponível em: [WWW.IBASE.BR](http://www.ibase.br). Acessado em 15 de jun. 2013.

IFCE, Instituto Federal do Ceará. Disponível em: <http://www.ifce.edu.br/extensao/projetos-sociais.html>. Acesso em: 10 jun. 2013.

IUDÍCIBUS, Sérgio de, MARTINS, Eliseu, GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade social empresarial**. Editora Vozes LTDA, 2006.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanço Social: Teoria e Prática**. 1ª Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MATOS, José, MATOS, Rosa, ALMEIDA, Josimar De. **Análise do ambiente Corporativo**. E-papers Serviços Editoriais Ltda., 2007.

MELLO, Elvis Rossi. **A importância do balanço social nas organizações**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/a-importancia-do-balanco-social-nas-organizacoes/14357/>. Acesso em: 10 jun. 2012.

PAMPOLINI JÚNIOR, Homero. **Uma abordagem qualitativa sobre o entendimento de empresários paraenses acerca da responsabilidade social e as respectivas repercussões em âmbito pessoal, organizacional e comunitário**. Florianópolis, 2001. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina.

PINTO, Anacleto Laurino, RIBEIRO, Maisa de Souza. **Balanço Social: avaliação de informações fornecidas por empresas industriais situadas no estado de Santa Catarina**. **Revista Contabilidade & Finanças** – USP, São Paulo, n. 36, set./dez/ 2004.

PEROTTONI, Marco Antônio. **Balanço Social**. In: VIII Convenção de Contabilidade do Rio Grande do Sul - Profissão Contábil: o Futuro Hoje, 2001, Gramado, RS, Anais. Gramado: CRCRS, 2001.

PUPPIM de Oliveira, José Antônio. **Empresas na Sociedade: Sustentabilidade e Responsabilidade Social**. Rio de Janeiro. Editora Campus/Elsevier, 2008.

REIS, C. N. dos.; MEDEIROS, L. E. **Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social**. São Paulo: Atlas, 2007.

RODRIGUES, Ana Tércia Lopes. **A intermediação no recolhimento de tributos dos clientes**. In: VIII Convenção de Contabilidade do Rio Grande do Sul - Profissão Contábil: o Futuro Hoje, Rio Grande do Sul – Gramado, 2001.

SANTOS, Ariovaldo dos. **Demonstração do Valor Adicionado** - Como elaborar e analisar a DVA. São Paulo. Atlas, 2003.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fatima de Souza. **Balanço social teoria e pratica**. São Paulo: Atlas, 2001.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa. Estratégias de Negócios Focadas na Realidade Brasileira**. São Paulo: Atlas, 2009.

TENÓRIO, F. G. *et al.*. **Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática**. 2ª ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade econômica da sociedade**. São Paulo. Atlas, 2001.

VIEIRA, Maria das Graças. O Balanço Social e a Contabilidade – o novo paradigma da empresa-cidadã. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, RS, n. 127, dez./2006.

WISSMANN; Martin Airton. **Responsabilidade Social & Balanço Social**. Cascavel: Univel, 2007.