

UM ESTUDO DAS AÇÕES PARA DIVULGAR E CONSOLIDAR O BALANÇO SOCIAL NO BRASIL¹

A STUDY OF ACTIONS FOR SPREADING AND CONSOLIDATING THE SOCIAL BALANCE IN BRAZIL

Cássio Afonso Medeiros Lana² | Denise Carneiro dos Reis Bernardo³
Luiz Gustavo Camarano Nazareth⁴ | Fabricio Molica Mendonça⁵

O balanço social, conhecido também como relatório de sustentabilidade ou relatório de responsabilidade social, é um demonstrativo que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais do desempenho das empresas ou entidades as seus diversos stakeholders. No Brasil, é crescente o número de publicações do balanço social, todavia, este ainda trata-se de um demonstrativo não obrigatório, mas incentivado. Levando-se em conta estes aspectos, a pesquisa em questão teve o objetivo de evidenciar as ações surgidas nas últimas décadas com o intuito de divulgar e consolidar o balanço social no Brasil. A pesquisa desenvolvida pode ser classificada quanto ao seu objetivo como descritiva-longitudinal, pois identificou, descreveu e analisou as ações realizadas desde a década de 1990 no Brasil. Apresentam-se como principais fontes de pesquisa as publicações em livros, teses, monografias, leis, normas técnicas, publicações avulsas e internet. Como resultado, proporciona-se um modelo sintético dos indicadores do balanço social do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e sua relação com as principais vertentes de estudo desse demonstrativo, sua consonância aos preceitos da Lei 11.638/07 que altera a Lei das S/As (Lei 6.404/76) e da Norma Brasileira de Contabilidade (NBC T 15), além de seus usuários primários. Por fim, constatou-se que o balanço social, desde que elaborado de forma transparente, pode fornecer informações para a tomada de decisão das empresas no campo social. Ademais, pode constituir-se numa ferramenta para a implementação da estratégia empresarial por ser considerado um relatório gerencial complementar às informações contábeis.

Palavras-chave: Balanço Social; Responsabilidade Social Empresarial; Transparência.

The social balance, also known as sustainability reports or social responsibility report is a statement which aims to highlight, as transparent as possible, economic and social information, the performance of the companies or entities, to its various stakeholders. In Brazil the number of publications of the social balance is growing, yet it still is a statement not required but encouraged. Taking into account these aspects, the research in question was intended to highlight the actions that arose in recent decades with the intent to promote and consolidate the social balance in Brazil. The developed research can be classified according to its purpose as a descriptive longitudinal, as identified, described and analyzed the actions taken since the 1990s in Brazil. Are presented as the main research resources the publications in books, theses, monographs, laws, technical regulations, spare publications and internet. As a result, we present a synthetic model of the social indicators of the Brazilian Institute of Social and Economic Analyses (Ibase) and its relationship with the main areas of study that statement his line to the precepts of the Law amending the Law 11.638/07 of S/As (Law 6.404/76) and Brazilian Accounting Standard (NBC T 15) in addition to its primary users. Finally, it was found that the social balance, since it developed in a transparent manner, can provide information for decision making of the companies in the social field. Moreover, can constitute a tool to implement corporate strategy to be considered a management report complementary to the accounting informations.

Keywords: Social Balance; Corporate Social Responsibility; Transparency

¹ Data de recepção: 16/09/2011. Data de aprovação: 25/11/2011. Data de publicação: 29/12/2011.

² Graduando em Administração. E-mail: cassio.lana@yahoo.com.br

³ Doutora em Administração pela Universidade Federal de Lavras. Professora do Quadro da Universidade Federal de São João del Rei. E-mail: denisecarneiroprof@yahoo.com.br

⁴ Mestre em Administração pela Universidade Federal de Lavras. Professor do Quadro Permanente da Universidade Federal de São João del Rei. E-mail: luizgustavo@ufsj.edu.br

⁵ Doutor em Engenharia de Produção na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor Adjunto da Universidade Federal de São João del-Rei. E-mail: fabriciomolica@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

As discussões sobre o papel social das empresas remontam, de acordo com a literatura, ao início do século XX (BORGER, 2001; DIAS; DUARTE, 1985; OLIVEIRA, 2008; TENÓRIO, 2006). Esses questionamentos intensificaram-se a partir de 1960, quando a sociedade civil norte-americana iniciou um movimento de boicote à aquisição de produtos e ações das empresas que apoiavam a guerra do Vietnã (TINOCO, 1984). Na Europa a sociedade também se manifestou exigindo das empresas uma postura mais ética na realização dos negócios como, por exemplo, o movimento estudantil de 1968 na França (DIAS; DUARTE, 1985; TINOCO 2001). Nesse contexto, a realização de ações sociais pelas empresas voltadas para a comunidade e conseqüentemente, a divulgação dessas ações por meio de relatórios ganhou destaque e tornou-se lei em diversos países europeus. Surgem, então, os primeiros relatórios de sustentabilidade ou relatórios de responsabilidade social das empresas.

No Brasil, o termo responsabilidade social ganhou visibilidade na mídia no final da década de 1990, quando também começou a ser incorporado no vocabulário corporativo no país. Em 1997, o sociólogo Hebert de Souza, o “Betinho”, representando o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), em parceria com outras organizações, lançou uma campanha para a divulgação anual do relatório de responsabilidade social, o balanço social. Desde então, têm surgido diversas iniciativas com o intuito de estimular as empresas na adoção dos preceitos da responsabilidade social.

Para as empresas, a boa apresentação dessas informações significa uma forma de causar impacto positivo junto aos investidores, num mercado cada vez mais competitivo por fontes de investimento, e junto aos consumidores, cada vez mais conscientes da sua capacidade de cobrança.

Apesar disso, ainda não há obrigatoriedade na publicação dessas informações, tão pouco não há consenso sobre o conteúdo e a forma de apresentação. Todavia, observa-se um volume significativo de informações publicadas, o que está associado com aumento da importância do balanço social nos últimos anos.

Partindo desse contexto, o objetivo principal deste estudo foi evidenciar as ações surgidas nas últimas décadas com o intuito de divulgar e consolidar o balanço social no Brasil.

Atrelados ao objetivo proposto e de modo a reunir os elementos para abordá-lo satisfatoriamente, este trabalho foi organizado em cinco tópicos mais referências bibliográficas, além desta introdução.

No item, “Uma síntese dos estudos sobre a responsabilidade social das empresas” elucidam-se os estudos em torno da responsabilidade social das empresas e suas definições segundo Friedman (1962), Duarte; Dias (1985), Cochran; Wartick (1985), Carrol (1991) (1998) (1999), Melo Neto; Froes (1999), Srour (2000), Ferrell *et al.* (2001), Garcia (2004), Ashley (2005) e Oliveira (2008).

Em seguida, no item “Balanço social: um instrumento de divulgação da responsabilidade social” apresenta-se, com base nos estudos de Duarte; Dias (1985), Cappellin; Giuliani (1999), Melo Neto; Froes (1999), Kroetz (2000), Tinoco (2001), Ibase (2009) e Instituto Ethos (2009) a definição e finalidade do balanço social. O item também expõe as quatro vertentes para construção e análise desse demonstrativo: o balanço ambiental, o balanço de recursos humanos, os benefícios e a contribuição à sociedade em geral e a demonstração do valor adicionado.

Posteriormente, em “Contextualização das ações realizadas para divulgar e consolidar o balanço social: um enfoque no meio empresarial brasileiro” resgata-se, a partir de determinados marcos históricos, o surgimento do balanço social. Em seguida, o tópico exhibe algumas iniciativas surgidas no Brasil no intuito de conscientizar os gestores da importância da publicação e exposição desse demonstrativo.

Por fim, os resultados são apresentados através de uma síntese dos indicadores presentes no modelo de balanço social do Ibase e sua relação com as principais vertentes de estudo desse demonstrativo, sua consonância aos preceitos da Lei 11.638/07 e da NBC T 15, além de seus usuários primários.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. Uma síntese dos estudos sobre a responsabilidade social das empresas

Um marco no estudo da responsabilidade social foi a publicação do livro *Social Responsibilities of the Businessman* de autoria de Howard Bowen, em 1953 nos Estados Unidos:

Segundo Howard Bowen, cuja obra é um marco no campo da Responsabilidade Social da Empresa, as primeiras manifestações desta ideia surgiram no início do século, em trabalhos de Charles Eliot (1906), Arthur Hakley (1907) e John Clark (1916). Tais ideias, porém, não tiveram maior aceitação nos meios acadêmicos e empresariais, onde deviam soar - considerando a época - como heresias socialistas (DIAS; DUARTE, 1985, p. 41).

Pode-se considerar que os estudos voltados para a formulação do conceito de responsabilidade social empresarial tiveram três importantes marcos. O primeiro, que corresponde até a primeira metade da década de 1960, trata a responsabilidade social da empresa com enfoque meramente econômico. No segundo marco, que inicia também na década de 1960 e engloba a década seguinte, surgem diálogos de que a empresa possui uma responsabilidade pública, ou seja, além de gerar lucro, empregos e cumprir com as obrigações legais, há a responsabilidade com o bem estar da comunidade. E, por fim, o terceiro marco compreende os estudos formulados entre 1970 e 1990, que estendem ao conceito de responsabilidade social empresarial, elaborado a partir de 1965, o compromisso da empresa também com o bem estar do seu público interno (CARROL, 1999; COCHRAN; WARTICK, 1985).

Segundo Srour (2000) a responsabilidade social pode ser definida como uma tentativa de compatibilizar os interesses e exigências das organizações e dos seus diversos *stakeholders*, remetendo a uma cidadania organizacional, no que concerne ao âmbito interno da empresa e, no âmbito externo, à implementação de direitos sociais. De acordo com a ótica de Ferrell *et al.* (2001) a responsabilidade social seria uma espécie de obrigação que a empresa assume junto à sociedade, com a finalidade de maximizar os efeitos positivos e minimizar os impactos negativos gerados por ela. Melo Neto e Froes (1999) corroboram tanto com a definição de Srour (2000), como de Ferrell *et al.* (2001) ao conceituarem que, a responsabilidade social de uma empresa consiste na participação da mesma em ações diretamente relacionadas à comunidade, sem descuidar dos interesses dos *stakeholders* internos e buscando minorar as externalidades negativas decorrentes de suas atividades.

Uma das tentativas de definição do conceito foi proposta por Carroll (1991), que aponta quatro fases ou dimensões para a responsabilidade social: econômica, legal, ética e filantrópica. Posteriormente, Carroll (1998), ao rever essas quatro fases ou dimensões da responsabilidade social, ressaltou que elas estão intimamente relacionadas, embora estejam frequentemente em conflito umas com as outras. Ainda assim, cada uma dessas dimensões não existe separadamente e o conjunto delas significa a adoção da responsabilidade social.

Traçando uma evolução dos estudos sobre responsabilidade social empresarial, observa-se que, partindo de uma visão econômica clássica tão amplamente divulgada por Friedman (1962), de que a empresa socialmente responsável é aquela que responde exclusivamente às expectativas de seus acionistas⁶, passando pela visão daqueles que veem as ações de responsabilidade social empresarial como uma medida que esvazia a figura do Estado como regulador das questões sociais, ou mesmo como um recurso de marketing, chega-se à conclusão de que a empresa socialmente responsável é aquela capaz de lidar com as expectativas dos diversos *stakeholders*, atuais e futuros, *na visão mais radical de sociedade sustentável* (ASHLEY, 2005, p. 47; GARCIA, 2004).

2.2. Balanço social: um instrumento de divulgação da responsabilidade social

Melo Neto e Froes (1999) lembram que a responsabilidade social pode ser vista como um compromisso da empresa com a sociedade. E nessa relação a empresa deve prestar contas do seu desempenho pelo uso dos recursos que dela utiliza como recursos naturais, financeiros, a capacidade de trabalho dos seus funcionários e os serviços prestados pelo Estado.

Um demonstrativo que pode auxiliar as empresas a prestar contas dos projetos, benefícios e ações sociais desenvolvidos pelas organizações é o balanço social, conhecido também como relatório de sustentabilidade ou relatório de responsabilidade social.

⁶ Nesse sentido Oliveira (2008, p. 69) expõe que:

[...] por que uma empresa que segue a legislação rigorosamente não poderia ser considerada socialmente responsável? Ela não estaria cumprindo seu papel de cidadã pagando seus impostos e seguindo as legislações trabalhista e ambiental? Não há nenhum argumento plausível para negar que uma empresa cumpridora de suas obrigações pudesse ser considerada socialmente responsável. Entretanto, o reverso é verdadeiro, ou seja, uma empresa que não cumpre com a legislação não pode ser considerada socialmente responsável.

Balanço Social é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários, entre estes os funcionários. (TINOCO, 2001, p. 14)

De acordo com Kroetz (2000) o balanço social é uma ferramenta gerencial que reúne dados qualitativos e quantitativos sobre as relações entidade/ambiente. Em certos países, como Estados Unidos, Bélgica, França, Portugal e Canadá os indicadores contidos no balanço social podem auxiliar na elaboração do planejamento estratégico da organização (CAPPELLIN; GIULIANI, 1999).

Em síntese, esse demonstrativo é uma forma de comunicar os efeitos sociais e ambientais das ações econômicas para determinados grupos (GRAY *et al.*, 1987 *apud* MURTHY, 2008, p. 180).

Aliás, de forma geral, esse demonstrativo é elaborado e estudado a partir de quatro vertentes: o balanço ambiental, o balanço de recursos humanos, os benefícios e a contribuição à sociedade em geral e a demonstração do valor adicionado (FIPECAFI, 2007; SANTOS, 2003).

O balanço ambiental demonstra a postura da empresa em relação aos recursos naturais, como o impacto das suas ações no meio ambiente e as respectivas reações no patrimônio da entidade.

Já o balanço de recursos humanos evidencia o perfil da força de trabalho (idade, sexo, formação escolar, remuneração e benefícios recebidos na empresa, dentre outros).

A vertente dos benefícios e contribuições à sociedade em geral, configura-se, por sua vez, como *as contribuições a entidades assistenciais e filantrópicas, preservação de bens culturais, educação de necessitados, etc* (SANTOS, 2003, p. 11).

E por último, a demonstração do valor adicionado (DVA) que, no âmbito da ciência contábil, discrimina o que a empresa agregou de riqueza à sociedade onde está inserida (FIPECAFI, 2007).

Cada Estado-Nação enfatiza uma dessas vertentes na elaboração do Balanço Social, como demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1 - Balanço Social – Panorama Internacional

País	Balanço Social – enfoque
Estados Unidos	Ênfase nas informações sobre a qualidade dos produtos, controle da poluição, contribuição da empresa às obras culturais, transportes coletivos e outros benefícios à coletividade; abordagem de caráter ambiental. Porém, contém pouca informação a seus trabalhadores – valor adicionado.
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. Não há legislação específica.
Inglaterra	Ênfase no conceito de <i>stakeholders</i> , relatórios abrangentes.
França	Enfoque nas informações aos empregados: remuneração, condições de trabalho e formação profissional. Não possui informações de ordem econômica ou de gestão financeira.
Espanha	Informações dirigidas aos acionistas, estado, trabalhadores, comunidade, sindicatos, estado, dentre outros. Não há obrigatoriedade legal de elaborar e publicar o Balanço Social.
Portugal	Ênfase nas informações sobre emprego, custos com pessoal; higiene e segurança. A elaboração e a publicação do balanço social, como visto, é lei desde 1985. Atualmente, o balanço social é feito pelas empresas com, pelo menos, 100 pessoas.
Bélgica	Ênfase nas informações sobre os empregados. A publicação do balanço social é obrigatória para todas as empresas, desde 1986.

Fonte: Adaptado de De Luca (1998).

De acordo com a Tabela 1 observa-se que cada país foca uma das vertentes na elaboração do balanço social. Destaca-se que as informações contidas nesse relatório devem ser diretas, simples e transparentes, permitindo aos diversos *stakeholders* conhecer e avaliar as ações realizadas pela empresa (TINOCO, 2001). Além de tornar pública a responsabilidade social empresarial (IBASE, 2009) a publicação de um balanço social oferece uma proposta de diálogo com os diferentes públicos envolvidos no negócio da empresa que o adota (INSTITUTO ETHOS, 2009).

Aliás, cabe ressaltar que muitos dos estudos sobre balanço social são realizados em países desenvolvidos, como aqueles da Europa Ocidental, Estados Unidos e Austrália. A aplicação das mesmas regras e formas de regulação desse e outros demonstrativos, em países recém industrializados merecem cautela devido aos diferentes contextos (BELAL, 2001).

Nesse sentido, a expansão dos estudos sobre o tema nesses países permitiria conhecer a motivação para a elaboração do balanço social, bem como a eficácia dos indicadores contidos nesse demonstrativo para a tomada de decisão, dentre outros aspectos.

2.3. Contextualização das ações para divulgar e consolidar o balanço social: um enfoque no meio empresarial brasileiro

Desde o início do século XX, registram-se manifestações em prol do compromisso das empresas com o bem-estar da comunidade onde se encontram (BORGER, 2001; DIAS; DUARTE, 1985; OLIVEIRA, 2008; TENÓRIO, 2006).

Todavia, foi somente a partir de 1960, nos Estados Unidos da América (EUA) e na Europa no início de 1970, particularmente na França, Alemanha e Inglaterra, que a ideia de responsabilidade social e balanço social difundiram-se no meio acadêmico e começaram a se tornar ferramenta para os gestores (DIAS; DUARTE, 1985).

Em 1960 tanto nos EUA como na Europa o repúdio da população à guerra do Vietnã deu início a um movimento de boicote à aquisição de produtos e ações de algumas empresas ligadas ao conflito pela produção de bombas de fragmentação e gases paralisantes, dentre outros (TINOCO, 2001). Nesse contexto, a sociedade começou a exigir uma nova postura ética e diversas empresas passaram a prestar contas de suas ações e objetivos sociais.

Na Europa, a ideia de responsabilidade social das empresas popularizou-se em meados de 1970. Em 1971, a companhia alemã Steag produziu uma espécie de relatório social de suas atividades sociais. Porém, o que pode ser classificado como um marco na história dos balanços sociais aconteceu na França, em 1972, quando a empresa Singer elaborou o primeiro balanço social da história das empresas. Nesse período as empresas francesas começaram a publicar quadros com dados relativos à gestão do pessoal e às condições sociais, juntamente com as demonstrações financeiras. A partir de 1977 se tornou obrigatória a publicação do balanço social na França, pelas empresas com 750 ou mais funcionários; Lei n.º 77.769, de 12 de julho de 1977. Em 1982, a obrigatoriedade passou a valer para aquelas com 300 ou mais empregados (SUCUPIRA, 1999).

Diversos países seguiram os passos pioneiros da França e também começaram a difundir a importância da elaboração do documento. Entre eles, os Estados Unidos, a Holanda, a Suécia e a Inglaterra. Em Portugal, a elaboração e a publicação do balanço social é

lei desde 1985. Na Bélgica, a publicação do balanço social é obrigatória para todas as empresas desde 1986.

No Brasil, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) chegou a elaborar, em 1978, um modelo de balanço social e em 1980 organizou um Seminário Internacional sobre Balanço Social e lançou o livro “Balanço Social na América Latina” (INSTITUTO ETHOS, 2007). Porém, só a partir do início de 1990 algumas empresas, muito poucas, passaram a divulgar sistematicamente em balanços e relatórios sociais as ações realizadas para seu corpo de funcionários, comunidade e meio ambiente.

O balanço social da Nitrofértil, empresa estatal situada na Bahia, foi realizado em 1984, sendo considerado o primeiro documento brasileiro do gênero. No mesmo período, estava sendo realizado o balanço social do Sistema Telebrás, publicado em meados da década de 1980. O Banespa realizou o seu em 1992, compondo a lista das empresas precursoras em balanço social no Brasil.

Destaca-se, também, a criação do Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS), na década de 1970, como o primeiro relatório obrigatório para todas as empresas brasileiras que aborda aspectos sociais e do corpo funcional. Como salienta Torres (2001, p. 18) *apesar de mais antigo que o Balanço Social francês, as informações contidas na RAIS são muito inferiores, tanto qualitativa como quantitativamente.*

Em 1980, as práticas sociais começaram a se fortalecer no meio empresarial. Naquele momento, os sindicatos se consolidaram e, juntamente com eles, sedimentaram-se as organizações não governamentais (ONGs). Ampliaram-se as discussões acerca da atuação social das empresas e da ética empresarial. Com isso, algumas empresas passaram a investir em ações sociais e perceberam a necessidade de tornar públicas essas ações (BERNARDO *et al.* 2002).

No entanto, foi em 1997, com a atuação do sociólogo Hebert de Souza, o “Betinho”, que a ideia de responsabilidade social das empresas e a proposta da divulgação do Balanço Social alcançaram maior projeção nacional. Naquele ano, Betinho, representando o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), em parceria com outras organizações, lançou uma campanha para a divulgação anual do balanço social (SUCUPIRA, 2009), sob a alegação de que este passaria a ser o primeiro passo para uma empresa tornar-se uma verdadeira empresa-cidadã (SOUZA, 1990).

De acordo com Torres (1998 *apud* FREIRE; SILVA, 2001), o modelo elaborado pelo IBASE tinha algumas peculiaridades, como: ter sido desenvolvido pela iniciativa de uma

ONG; diferenciar as ações e os benefícios obrigatórios dos realizados de forma voluntária; possuir essencialmente dados quantitativos, além de permitir a comparação entre diferentes empresas e uma avaliação de uma mesma corporação, ao longo dos anos, desde que seja preenchido de forma transparente.

O balanço social do IBASE teve o apoio de técnicos, pesquisadores e diversos representantes de instituições públicas e privadas. Também contou com o apoio da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), por meio de uma Instrução Normativa, que indicava que as empresas de capital aberto deveriam elaborar o balanço anualmente. A Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), reguladora das empresas do setor, também apoiou a elaboração do balanço social no modelo do IBASE. Esta é a razão pela qual as empresas que publicam esse demonstrativo, desde a sua origem são, em sua maioria, de capital aberto e do setor elétrico (TORRES, 1998 *apud* FREIRE; SILVA, 2001).

Em 1998, como incentivo à publicação do balanço social, o IBASE lançou “Selo Balanço Social IBASE/Betinho”, conferido anualmente a todas as empresas que publicam o balanço social de acordo com o modelo proposto. O selo pode ser mostrado em anúncios, embalagens, balanço social, *sites* e campanhas publicitárias (IBASE, 2009).

O instituto elaborou modelos de balanço social específico para cooperativas, micro e pequenas empresas e para instituições de ensino, fundações e organizações sociais. Cabe mencionar que, esse trabalho foca outro modelo de balanço social elaborado pelo IBASE: aquele destinado às organizações privadas. Esse modelo, presente no Anexo F, apresenta informações quantitativas e qualitativas, tanto do exercício atual como do exercício anterior. Reúnem indicadores financeiros, ações de responsabilidade social voltadas para o público interno da empresa, sociedade, meio ambiente, ações específicas envolvendo o corpo funcional e quanto ao exercício da cidadania empresarial. Para os indicadores sociais internos - compostos por ações realizadas para o público interno da empresa - é proposta uma comparação percentual, em relação à folha de pagamento bruto e à receita líquida da empresa. Já os indicadores sociais externos - que focam as ações realizadas para a comunidade externa à organização - e indicadores ambientais - que compreendem ações relacionadas com a produção e operação da empresa, bem como os investimentos em programas externos - se propõem à mesma comparação percentual, contudo, em relação ao resultado operacional e à receita líquida.

Já a apresentação das informações de forma bienal permite a realização de análises comparativas dos investimentos em ações de responsabilidade social, além de auxiliar na elaboração das diretrizes de estratégias de responsabilidade social da organização.

O modelo também oferece oportunidades para a realização de diversos estudos. Isso porque os indicadores

[...] rastreiam grande número de informações sociais, que são de imensa valia para análises do desempenho social da entidade, bem como servirão de parâmetro para previsões orçamentárias da própria organização e das instituições governamentais. (KROETZ, 2000, p. 74)

Outra qualidade do modelo de balanço social do IBASE é a simplicidade e a clareza dos indicadores elencados, o que facilita a interpretação dos dados.

Enfim, os fatores que contribuíram para conscientização da importância da publicação do balanço social nas organizações brasileiras são múltiplos e complexos. Dentre esses, destacam-se a pressão por parte das agências internacionais de fomento, as campanhas de várias instituições de preservação da natureza para que as empresas privadas e públicas reduzam o impacto ambiental, o apoio cultural de grandes empresas multinacionais e nacionais e a Constituição de 1988, que universalizou os direitos trabalhistas, estendendo as normas vigentes no meio urbano aos trabalhadores rurais (TORRES, 1998 *apud* CAPPELLIN; GIULIANI, 1999; FREIRE; SILVA, 2001).

Merece destaque, também, as mudanças advindas com a Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007 (BRASIL, 2007). Essa legislação altera, revoga e introduz novos dispositivos à Lei das Sociedades por Ações e permite que novas normas e procedimentos contábeis sejam expedidos pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), em consonância com os padrões internacionais de contabilidade.

Uma das alterações advindas com essa legislação foi a inclusão da demonstração do valor adicionado (DVA) como publicação obrigatória para todas as companhias de capital aberto.

De acordo com o art. 188, inciso II da Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007, a demonstração do valor adicionado compreende (BRASIL, 2007):

[...] o valor da riqueza gerada pela companhia, a sua distribuição entre os elementos que contribuíram para a geração dessa riqueza, tais como empregados, financiadores, acionistas, governo e outros, bem como a parcela da riqueza não distribuída.

Essa iniciativa corresponde a um avanço na divulgação de informações contábeis no Brasil. Isso porque a DVA constituiu-se numa ferramenta importante, na medida em que apresenta um conjunto de elementos que permitem a análise e avaliação, de forma abrangente do desempenho econômico voltado para geração da riqueza, criada pela empresa, e conseqüentemente, da sua distribuição.

Ainda no campo das conquistas em prol da transparência das informações de caráter social, realizadas pelas empresas no Brasil há de se considerar a ação do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) que em 2004, lançou a norma técnica “NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental”. Essa norma apresenta conceitos e procedimentos aplicados de Contabilidade, com objetivo de auxiliar as organizações na divulgação das suas ações de responsabilidade social (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE - CFC, 2009).

De acordo com a NBC T 15 entendem-se como informações de natureza social e ambiental, aquelas relacionadas à geração e a distribuição de riqueza; aos recursos humanos; à interação da entidade com o ambiente externo e à interação com o meio ambiente. A seguir, cada uma dessas categorias é descrita.

As informações sobre a geração e a distribuição de riqueza devem ser apresentadas conforme a Demonstração do Valor Adicionado.

Já as informações sobre os recursos humanos compreendem: total de admissões; demissões; empregados; estagiários; empregados portadores de necessidades especiais e prestadores de serviços terceirizados no final do exercício. Incluem, ainda, o total de empregados por sexo, faixa etária, nível de escolaridade, percentual de ocupantes de cargos de chefia por sexo e informações relativas às ações trabalhistas. Também devem ser divulgados dados referentes à remuneração (remuneração bruta segregada por empregados, administradores, terceirizados e autônomos; relação entre a maior e a menor remuneração da entidade, considerando os empregados e os administradores); e dados relativos a gastos com: encargos sociais; alimentação; transporte; previdência privada; saúde; segurança e medicina do trabalho; educação; cultura; capacitação e desenvolvimento profissional; creches ou auxílio- creches e as participações nos lucros ou resultados.

As informações sobre a interação da entidade com o ambiente externo, por sua vez, incluem dados do relacionamento da empresa com a comunidade na qual está inserida como: clientes (reclamações recebidas e ações empreendidas pela entidade para sanar ou minimizar as causas das reclamações); fornecedores (se a empresa utiliza critérios de responsabilidade

social para a seleção dos mesmos). Ainda, devem ser evidenciados os investimentos em educação, cultura, esporte, alimentação, saúde e saneamento.

Por fim, as informações sobre a interação da empresa com o meio ambiente compreendem os investimentos ou gastos, com preservação e/ou recuperação de ambientes degradados, educação ambiental para todos os funcionários e para a comunidade, projetos ambientais, quantidade de processos ambientais e valor das multas e indenizações relativas à matéria ambiental, passivos e contingências ambientais.

Segundo a NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental, as informações devem ser expressas monetariamente pelo valor total do gasto com cada item. Para efeito de comparação, devem ser colocadas informações referentes ao exercício atual e ao exercício anterior. Ressalta-se que, além dessas informações, a entidade pode acrescentar ou detalhar outras que julgar relevantes.

Um ponto que merece destaque na NBC T 15 é a preocupação com a transparência das informações. Nesse sentido, o tópico 15.3.3 expõe que a demonstração de Natureza Social e Ambiental deve ser objeto de revisão por auditor independente, e ser publicada com o relatório deste, quando a entidade for submetida a esse procedimento. Considera-se que essa regra gera credibilidade e, conseqüentemente, legitimidade ao demonstrativo, visto que as informações contidas nele serão passíveis de auditoria. Ademais, essa iniciativa pode representar uma alternativa para afastar o jargão “balanço social é mera peça de marketing empresarial”.

3. METODOLOGIA

No entender de Demo (1981, p. 7), o termo metodologia significa [...] *etimologicamente, o estudo dos caminhos, dos instrumentos usados para se fazer ciência*. Desse modo, neste item pretende-se explicar a metodologia adotada no desenvolvimento do trabalho. Primeiramente, apresenta-se o tipo de pesquisa desenvolvida, seguida do método de pesquisa e do procedimento utilizado para coleta de dados, respectivamente.

3.1. Tipo de Pesquisa

Cervo e Bervian (2002, p. 65) afirmam que existem inúmeros tipos de pesquisa e que cada tipo possui, além do núcleo comum de procedimentos, suas peculiaridades próprias. Segundo Malhotra (2001), as pesquisas na área das ciências sociais podem ser classificadas

em Exploratórias, Descritivas e Causais. Ainda, de acordo com o mesmo autor, uma pesquisa descritiva pode também ser dividida em Transversal e Longitudinal.

Em vista do exposto, o presente estudo pode ser classificado como descritivo-longitudinal, uma vez que teve o objetivo de evidenciar as ações surgidas nas últimas décadas com o intuito de divulgar e consolidar o balanço social no Brasil. Conforme Malhotra (2001), o estudo longitudinal envolve a coleta de informações ao longo do tempo.

3.2. Método de Pesquisa

Do ponto de vista da forma de abordagem do problema, existem duas perspectivas para a realização da pesquisa: a quantitativa e a qualitativa (RICHARDSON, 1989; ROESCH, 1999).

Considerou-se como método de abordagem mais apropriado para a consecução desta pesquisa o qualitativo. Neste tipo de pesquisa, conforme Godoy (1995), os dados não são analisados por meio de instrumentos estatísticos, pois a mensuração e a enumeração não são o foco.

Por meio do modelo qualitativo pode-se descrever a realidade encontrada e, ao mesmo tempo, possibilitou uma análise com maior profundidade dos dados, que não foram transformados em números, mas sim em informações.

3.3. Procedimento para Coleta de Dados

Para Cervo e Bervian (2002, p. 66-68) a coleta de dados aparece como uma das tarefas características da pesquisa descritiva. Neste estudo, utilizou-se da pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias externas para coleta de dados (MALHOTRA, 2001).

Deste modo, apresentam-se como principais fontes de pesquisa as publicações em livros, teses, monografias, leis, normas técnicas, publicações avulsas e internet, utilizadas para identificar a relevância do estudo, os trabalhos publicados sobre o tema e para a realização da pesquisa.

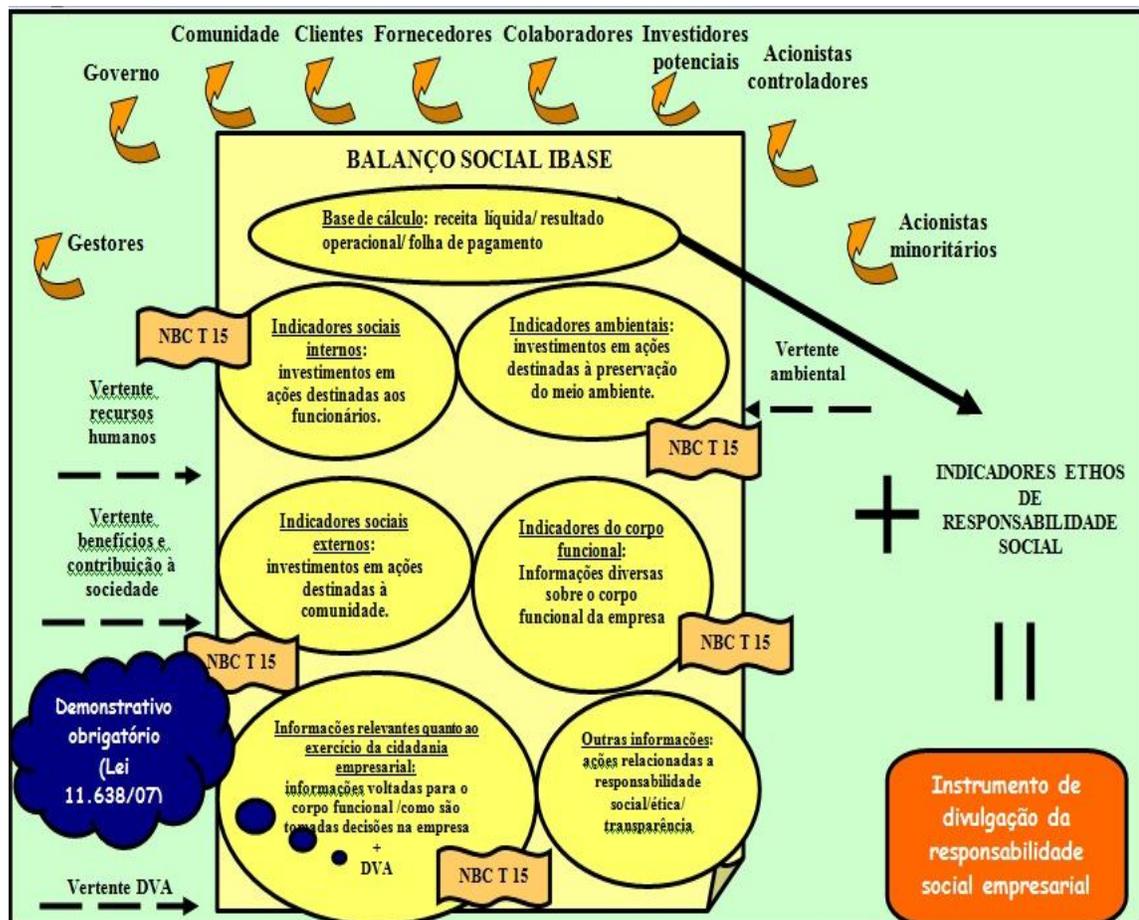
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A elaboração e publicação do balanço social do Ibase e dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social são ferramentas importantes e complementares na divulgação da responsabilidade social empresarial das empresas no Brasil.

Neste sentido, apresenta-se um modelo sintético dos indicadores presentes no modelo de balanço social do Ibase e sua relação com as principais vertentes de estudo desse demonstrativo, sua consonância aos preceitos da Lei 11.638/07 e da NBC T 15, além de seus usuários primários.

A pesquisa sobre o universo empresarial, a interpretação e a compreensão dos fenômenos observados seriam impossíveis sem a referência a um modelo. É o modelo que fornece o conjunto de conceitos e de relações que são estabelecidos; ele torna a empresa compreensível por meio da representação. A construção da verdade, ou seu reconhecimento, e a percepção de elementos da realidade são, então, sempre relativas (em relação ao modelo), parciais (porque, naturalmente, os modelos e a conclusão das observações simplificam, mesmo que eles não tenham intenção de fazê-lo) e organizacionais (em compensação, criam uma forma de verdade coerente com o modelo) (PESQUEUX, 2008, p. 25-26).

Figura 1 - Modelo sintético dos indicadores do balanço social do Ibase e sua relação com demais aspectos abordados



Fonte: Elaborado pelos autores (2010) com base em Kroetz (2000), Tinoco (2001), Santos (2003), Fipecafi (2007), Instituto Ethos (2009), Ibase (2009).

Como incentivo à publicação do balanço social, o Ibase enumera algumas justificativas, como o fato de ser um instrumento de gestão por meio do qual a empresa pode gerir, medir e divulgar o exercício da responsabilidade social. Também é um instrumento de avaliação, pois os analistas de mercado, investidores e órgão de financiamento como o Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e a *International Finance Corporation* (IFC) incluem esse demonstrativo na lista dos documentos necessários para conhecer e avaliar os riscos e as projeções de uma empresa. Além do fato de que a adoção de uma estratégia empresarial voltada para a ética e transparência está sendo cada vez mais valorizada (BORGES, 2001).

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas esclarece que, apesar de incentivar a publicação do balanço social, a responsabilidade social das empresas e o princípio da empresa cidadã devem ser construídos e concretizados antes de serem obrigatórios (IBASE, 2009).

No Brasil, é crescente o número de empresas que têm elaborado e publicado o balanço social (DAVID; OTT, 2003), contudo, ainda, não há uma legislação em nível federal voltada para a obrigatoriedade da publicação. Há em alguns estados e municípios leis incentivando a publicação desse demonstrativo. Em nível estadual destaca-se a Lei nº 2.843/03, do Estado do Amazonas; a Lei nº 7.687/02, do Estado do Mato Grosso e a Lei nº 11.440/00, do Estado do Rio Grande do Sul. Em nível municipal há a Lei nº 7672/98 de Santo André (SP); o decreto nº 118/99 de Uberlândia; a Lei nº 8118/98 de Porto Alegre (RS) e a Lei nº 9.536/04 de Londrina/PR (IBASE, 2009).

5. CONCLUSÕES

Como a finalidade deste estudo foi evidenciar as ações surgidas nas últimas décadas com o objetivo de divulgar e consolidar o balanço social no Brasil, considera-se que, além de fornecer informações para a tomada de decisão das empresas, por ser considerado um relatório gerencial complementar as informações contábeis, o balanço social ainda possui o objetivo de aumentar a transparência das empresas junto ao mercado, constituindo-se, portanto, numa ferramenta para a implementação da estratégia empresarial.

Através da pesquisa realizada com diversos autores, ficou evidenciada a importância da transparência de informações através da publicação do balanço social pelas empresas, uma vez que só traz benefícios a ela própria.

O balanço social é uma realidade do mundo globalizado na busca de melhoria das relações entre os *stakeholders*. 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.

Por fim, ressalta-se que, a publicação do balanço social deveria ser obrigatória, pois representa um compromisso da empresa tanto com o governo quanto com os demais indivíduos da sociedade, e se cada organização fizesse o pouco que lhe cabe, na união de todas, construiríamos um mundo bem melhor, com melhores condições de vida para toda a sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BELAL, A. R. A study of corporate social disclosures in Bangladesh. **Managerial Auditing Journal**, U.K., v. 16, n. 5, p. 274-289, 2001.

BORGER, F. G. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. 2001. 254 f. Tese (Doutorado em Administração). Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BRASIL. **Lei nº 11.638**, de 28 de dezembro de 2007. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/111638.htmprojetos/legislacao-especifica/>. Acesso em: 10 jan. 2011.

CAPPELLIN, P.; GIULIANI, G. M. Compromisso social no mundo dos negócios. In: **Boletim do Ibase Orçamento e Democracia**. nº 11, fev. 1999

CARROL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organization *stakeholders*. **Business Horizons**, New York, v. 34, n. 4, p. 39-48, July/Aug. 1991.

_____. The four faces of corporate citizenship. **Business and Society Review**, New York, v. 100, p. 1-7, 1998.

_____. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. **Business & Society**, Gêneva, v. 38, n. 3, p. 268-295, set. 1999.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

COCHRAN, P. L.; WARTICK, S. L. The evolution of the corporate social performance model. **Academy of Management Review**, Briarcliff Manor, v. 10, n. 4, p. 758-769, 1985.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução CFC nº 1.003/04**. Aprova a NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental. 2004.

DAVID, A. R.; OTT, E. Balanço Social: uma análise das informações evidenciadas pelas empresas. In: XXVII EnANPAD, 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia, 2003.

- DE LUCA, M. M. M. **Demonstração do Valor Adicionado**: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. São Paulo: Atlas, 1998.
- DEMO, P. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1981.
- DUARTE, G. D.; DIAS, J. M. **Responsabilidade social**: a empresa hoje. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1985.
- FERREL, L.; FERREL, O. C.; FRAEDRICH J. **Ética empresarial**: dilemas, tomadas de decisão e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.
- FRIEDMAN, M. **Capitalism and freedom**. Chicago: University of Chicago, 1962.
- FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS CONTÁBEIS, ATUARIAIS E FINANCEIRAS - FIPECAFI. **Manual de Contabilidade das Sociedades Por Ações**: aplicável às demais sociedades. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GARCIA, J. **O negócio do social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1991.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In: **RAE - Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: v. 35, n. 2, p. 57-63, abril de 1995.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS - IBASE. **Balanco Social**. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2010.
- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social**. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores>. Acesso em: 06 jan. 2011.
- KROETZ, C. E. S. **Balanco Social**: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2000.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MARTINS, C. M. F.; BERNARDO, D. C. R.; MADEIRA, G. J. Origem e Evolução do Balanco Social no Brasil. **Contabilidade Vista & Revista**, Belo Horizonte, v. 13, n. 1, p.105-116, 2002.
- MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- MURTHY, V. Corporate Social Disclosure Practices of Top Software Firms in India. **Global Business Review**, London, v. 9, n. 2, p. 173-188, 2008.
- OLIVEIRA, J. A. P. **Empresas na Sociedade**: Sustentabilidade e Responsabilidade Social. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- PESQUEUX, Y. **Filosofia e organizações**. Tradução de Marcela Vieira. São Paulo: Cengage Learning, 2008. (Coleção Debates em Administração).
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1989.
- ROESCH, S. M. A. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1999.

- SANTOS, A. **Demonstração do Valor Adicionado**: Como elaborar e analisar a DVA. São Paulo: Atlas, 2003.
- SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. S. (Orgs.). **Balço social**: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2001.
- SOUZA, H. **Mensagem do Betinho**. 1990. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em: 11 out. 2010.
- SROUR, R. H. **Ética empresarial**: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- SUCUPIRA, J. A. Responsabilidade Social das Empresas. In: **Boletim do Ibase Orçamento e Democracia**, nº 9, jun. 1999.
- TENÓRIO, F. G. **Responsabilidade Social**: Teoria e Prática. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- TINOCO, J. E. P. **Balço social**: uma abordagem sócio-econômico da contabilidade. 1984. Dissertação (Mestrado em Contabilidade e Controladoria) - Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1984.
- TINOCO, J. E. P. **Balço social**: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.
- TORRES, C. Responsabilidade social das empresas e balanço social no Brasil. In: SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. S. (Orgs.). **Balço Social**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001.