

MÁRCIO LUIZ AMADEO

**ANÁLISE COMPARATIVA DO MODELO DE BALANÇO SOCIAL
PROPOSTO PELO IBASE COM O RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE GLOBAL REPORTING INITIATIVE**

FLORIANÓPOLIS

2005

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

MÁRCIO LUIZ AMADEO

ANÁLISE COMPARATIVA DO MODELO DE BALANÇO SOCIAL
PROPOSTO PELO IBASE COM O RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Monografia submetida ao Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Loreci João Borges, Dr.

FLORIANÓPOLIS

2005

MÁRCIO LUIZ AMADEO

**ANÁLISE COMPARATIVA DO MODELO DE BALANÇO SOCIAL
PROPOSTO PELO IBASE COM O RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE GLOBAL REPORTING INITIATIVE**

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota média _____, atribuída pela banca examinadora constituída pelos professores abaixo relacionados.

Profª. Elisete Dahmer Pfitscher, Drª.
Coordenadora de Monografia do CCN

Banca Examinadora:

Orientador: Prof. Loreci João Borges, Dr.
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Membro: Prof.
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Membro: Prof.
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Florianópolis, 08 de dezembro de 2005.

Dedicatória

AGRADECIMENTOS

A Deus, acima de tudo.

Aos meus pais, José Carlos e Marilene; por todo tipo de apoio que um filho pode ter.

À Rafaela, por seu amor, compreensão e companheirismo.

À irmã Carla e ao cunhado Eduardo, pelo incentivo.

Às parentes Iara e Mônica, pela ajuda e incentivo.

Ao orientador, professor Dr. Loreci João Borges, pelo empenho, energia e estímulo.

À Universidade Federal de Santa Catarina, principalmente ao Departamento de Ciências Contábeis e à Coordenação do Curso de Ciências Contábeis.

Muito obrigado.

RESUMO

AMADEO, Márcio Luiz. **Análise Comparativa do Modelo de Balanço Social Proposto pelo IBASE com o Relatório de Sustentabilidade Global Reporting Initiative.** Monografia. Florianópolis: UFSC, 2005. 77 páginas.

O presente trabalho objetiva apresentar uma análise comparativa do modelo de balanço social proposto pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE com o relatório de sustentabilidade proposto pela organização internacional Global Reporting Initiative, o GRI. A partir da industrialização começaram a surgir movimentos sociais por uma maior responsabilidade das empresas com relação ao meio ambiente e com a comunidade em que estão inseridas. Com a globalização e o mercado competitivo as empresas estão se preocupando mais com a questão social. Assim, as empresas passaram a praticar a responsabilidade social, ou seja, desenvolver ações que contribuam para a melhoria da qualidade de vida tanto dos colaboradores como também de toda a sociedade. Os relatórios sociais são documentos cujas informações demonstram as atividades desenvolvidas por uma empresa em prol do social, isto é, sua responsabilidade social. Então, no trabalho foram abordados os modelos de relatórios social atualmente mais utilizados no Brasil. Cabe destacar que em alguns países como França, Portugal e Bélgica, o balanço social é obrigatório, porém no Brasil, mesmo que já exista alguma legislação no sentido de promover a obrigatoriedade, o balanço social é uma publicação voluntária.

Palavras-chave: Contabilidade Social. Balanço Social. Relatório de Sustentabilidade.

LISTA DE ABREVIATURAS

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

GRI – Global Reporting Initiative

ONG – Organização Não-Governamental

CVM – Comissão de Valores Mobiliários

ADCE – Associação de Dirigentes Cristãos de Empresa

FIDES – Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social

BANESPA – Banco do Estado de São Paulo S/A

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais

ACESITA – Companhia Aços Especiais Itabira

CEB – Companhia Energética de Brasília

CRVD – Companhia Vale do Rio Doce

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

CERES – Coligação para Economias Ambientalmente Responsáveis

ONU – Organização das Nações Unidas

PNUMA – Programa Ambiental das Nações Unidas

ISO – International Organization for Standardization

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Demonstrativo do perfil do empreendimento (2004) ETHOS	36
Quadro 2 – Geração e distribuição de riqueza	40
Quadro 3 – Distribuição da Riqueza por <i>Stakeholders</i>	41
Quadro 4 – Indicadores de Produtividade	42
Quadro 5 – Indicadores de Itens de investimento	42
Quadro 6 – Modelo de balanço social anual (2003) IBASE	45
Quadro 7 – A hierarquia das Diretrizes de 2002	53
Quadro 8 – Função dos Demonstrativos Sociais	56
Quadro 9 – Indicadores do balanço social e do GRI	57
Quadro 10 – Resumo comparativo dos modelos estudados	59

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Conjunto de documentos	52
-----------------------------------	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
1.1 Considerações iniciais	1
1.2 Tema e problema	2
1.3 Objetivos da pesquisa	3
1.4 Justificativa do estudo	4
1.5 Metodologia da pesquisa	4
1.5.1 Delineamento da pesquisa	4
1.5.2 Etapas da pesquisa	6
1.5.3 Análise de dados	7
1.6 Delimitações da pesquisa	8
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	9
2.1 Conceito de ética	9
2.2 Responsabilidade social.....	10
2.3 Balanço social.....	14
2.3.1 Definição de balanço social.....	15
2.3.2 Evolução histórica do balanço social.....	19
2.3.3 Papel do balanço social	23
2.3.4 Usuários do balanço social	24
2.3.5 Filosofia do balanço social	26
2.3.6 Metodologia do balanço social	28
2.4 Modelos de balanço social abordados pela literatura brasileira	30
2.4.1 O modelo Legal	33
2.4.2 O modelo ETHOS	34
2.4.3 O modelo IBASE.....	44
2.4.4 Global reporting initiative	49
3. ANÁLISE COMPARATIVA DOS MODELOS ESTUDADOS	55
CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	61
REFERÊNCIAS	64

1 INTRODUÇÃO

Nesta seção apresenta-se uma visão geral da pesquisa, seguida do tema e problema do trabalho, seus objetivos e justificativa.

1.1 Considerações iniciais

A contabilidade é um sistema de informações que contempla dados relacionados à situação patrimonial, econômica e financeira da empresa. Adicionalmente, também deve aglutinar dados de caráter social e ambiental, importantes para a análise, controle e avaliação da entidade, bem como a tomada de decisão dos gestores.

A evolução da comunicação e a globalização estão induzindo as empresas a divulgarem a cada período, com maior transparência e para um público mais abrangente e consciente, suas demonstrações financeiras.

A sociedade em geral está cada vez mais preocupada com questões sociais e ambientais, optando pelo consumo de produtos ecologicamente elaborados, bem como os provenientes de empresas que desenvolvem programas sociais.

Atualmente existe alguma rejeição à idéia de empresas operando sem a preocupação com a sua influência sobre o meio ambiente e o bem-estar da comunidade.

Portanto, a grande maioria das companhias vem investindo no desenvolvimento de projetos em que seus processos permitam atingir suas metas de produção, levando em consideração não só a lucratividade, mas também ações de preservação do meio ambiente e de melhorias, tanto das condições de trabalho quanto das áreas públicas de influência das empresas.

A partir da década de 60, os efeitos da ação do homem sobre o meio ambiente tornaram-se motivo de estudos, discussões, enfoques e abordagens. Os desastres ecológicos,

decorrentes de atividades industriais inadequadas sem cuidado com a natureza e a utilização indiscriminada e indevida de recursos naturais e escassos, são exemplos marcantes.

O balanço social pode ser considerado uma ferramenta estratégica de apoio para as empresas mostrarem aos seus clientes, fornecedores, governos, colaboradores e à sociedade em geral, suas ações em prol do social, além de se constituir em importante publicidade.

Diante disso, a contabilidade e os contadores não podem ficar de fora desta realidade, oferecendo um instrumento capaz de gerar, demonstrar e analisar a responsabilidade social e ecológica das entidades.

1.2 Tema e problema

A competitividade, eficiência, qualidade, produtividade, flexibilidade de produção, inovação tecnológica, satisfação do cliente e cuidados com o meio ambiente são alguns pontos que levam as empresas a implementarem ações para sobreviver face às mudanças, buscando informações tanto no âmbito econômico como no social, lançando mão dos recursos e informações geradas pela contabilidade.

Através das demonstrações contábeis a contabilidade avalia o desempenho econômico-financeiro das entidades. Contudo, para divulgação do desempenho social faz-se necessário utilizar uma nova demonstração: o balanço social.

Tal documento consubstancia as informações que demonstram a face social das empresas, sua responsabilidade social, seu compromisso com as gerações presentes e futuras, sendo instrumento de informação para a sociedade.

Atualmente, as empresas estão conscientes de que benefícios adicionais aos determinados por lei são necessários para estimular seus colaboradores. Os empresários começam a perceber a necessidade de que seus trabalhadores se sintam parceiros na empresa.

Sob a ótica empresarial, tais benefícios visam a otimização dos resultados das atividades, isto é, contribuem para a produtividade da empresa. Com relação aos aspectos sociais, a concessão destes benefícios reflete a responsabilidade social da empresa no que tange à contribuição para a melhoria das condições de vida da sociedade.

Existem vários modelos de balanço social que enfocam informações pertinentes, alguns mais voltados para o trabalho, outros para o meio-ambiente outros às ações com a comunidade, este estudo irá abordar alguns dos modelos mais modernos de relatórios para a divulgação da responsabilidade social das empresas.

Na França, a publicação do balanço social é obrigatória há mais de vinte anos. No Brasil, existem empresas que o publicam, porém sem obrigatoriedade. Diante do exposto, nesta pesquisa questiona-se:

Quais as congruências e divergências do conteúdo do modelo de balanço social proposto pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE com o relatório de sustentabilidade proposto pela Global Reporting Initiative – GRI?

1.3 Objetivos da pesquisa

O objetivo geral deste trabalho consiste em realizar análise comparativa do conteúdo do modelo de balanço social proposto pelo IBASE com o proposto pela GRI.

Quanto aos objetivos específicos, pretende-se:

- Apresentar os conceitos de ética, responsabilidade social e balanço social;
- Apresentar a evolução histórica do balanço social, seu papel, seus usuários, sua filosofia e metodologia;
- Expor alguns modelos de balanço social discutidos na literatura brasileira;
- Demonstrar algumas vantagens e desvantagens da elaboração desses relatórios;

- Abordar um pouco da legislação proposta para o balanço social.

1.4 Justificativa do estudo

Assumir uma postura socialmente responsável pode se tornar uma excelente estratégia para que as empresas possam se manter no mercado. Face à concorrência, as empresas devem procurar os canais certos para estar em sintonia com seu público. Estas não podem manter-se como uma organização fechada, isolada e rígida, mas sim desenvolver formas de integração com as entidades que a constituem internamente (seus funcionários e acionistas), e de interação com entidades externas (fornecedores, clientes, centros de pesquisa tecnológica, agências de publicidade e marketing, instituições financeiras etc).

Diante desse contexto, com o mercado globalizado e altamente competitivo, as empresas procuram obter vantagens para a sua própria sobrevivência utilizando-se de estratégias de diferenciação, como, por exemplo, a responsabilidade social.

O balanço social representa um conjunto de informações sobre o desempenho das entidades e sua atuação em benefício da sociedade. Com esta demonstração elas catalisam a agregação de valor à economia e à sociedade.

Este demonstrativo deve ser entendido como uma oportunidade das empresas levarem ao conhecimento do público suas ações sociais, evidenciando pontos relevantes que beneficiam as comunidades interna e externa nas quais estão inseridas.

1.5 Metodologia da pesquisa

Neste item serão abordados o delineamento da pesquisa, as etapas da pesquisa e de que forma será a análise dos dados.

1.5.1 Delineamento da pesquisa

Será adotada a divisão proposta por Beuren e outros (2003, p. 79), na qual as

tipologias de delineamentos de pesquisas foram agrupadas em três categorias: quanto aos objetivos; quanto aos procedimentos; e quanto à abordagem do problema.

Nesta pesquisa será realizado um estudo exploratório quanto aos objetivos. Segundo Gil (1999, p. 43), “pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”. Nesse tipo de pesquisa, afirma, “o produto final [...] passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados”.

O presente estudo será desenvolvido mediante aplicação de dois procedimentos: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. Na definição de Beuren e outros (2003, p. 83), “os procedimentos na pesquisa científica referem-se à maneira pela qual se conduz o estudo e, portanto, se obtêm os dados”.

A pesquisa bibliográfica, de acordo com Silva (2003, p. 60), “explica e discute um tema ou problema com base em referências teóricas já publicadas em livros, revistas, periódicos, artigos científicos”, ou seja, é empregada utilizando-se fontes secundárias. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica está, para Gil (1999, p. 65), “no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”. Contudo, é importante destacar que a forma de processamento e coleta de dados empregada nessas fontes secundárias pode ser, nas palavras de Gil (1999), equivocada, o que exige atenção e cuidado na seleção do material.

Já a pesquisa documental, conforme Gil (1999, p. 66), “vale-se de materiais que não receberam ainda tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa”. Beuren e outros (2003, p. 89) destacam, ainda, que a notabilidade da pesquisa documental “é justificada no momento em que se podem organizar informações que se encontram dispersas, conferindo-lhes uma nova importância como fonte de consulta”. A escolha desse procedimento para a realização deste trabalho deve-se à necessidade de

utilização de relatórios empresariais, que se enquadram nas definições de Gil (1999) e Beuren e outros (2003).

Foram utilizados o modelo de balanço social do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas com, as sugestões propostas pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social, o projeto de lei nº 3.116, de 14 de maio de 1997, de autoria de Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling e o relatório de sustentabilidade “Global Reporting Initiative”. Esses documentos estão disponíveis para consulta nos sítios das entidades em questão.

Quanto à abordagem do problema, Beuren e outros (2003, p. 91) apresentam as pesquisas qualitativa e quantitativa. Segundo os autores, a pesquisa quantitativa é caracterizada pelo emprego da estatística, seja na coleta, seja no tratamento dos dados.

Nossa (2002) e Beuren e outros (2003) destacam que a abordagem qualitativa é bastante utilizada no Brasil. Contudo, em outros países, como Estados Unidos, Noruega ou Dinamarca, a produção científica tem a pesquisa quantitativa como base de procedimento. Assim, optou-se pela adoção da pesquisa qualitativa para a realização deste estudo. A metodologia de pesquisa compreende como foi elaborada a pesquisa e como os dados foram coletados, sendo assim uma descrição formal dos métodos e técnicas utilizadas pelo pesquisador.

1.5.2 Etapas da pesquisa

A pesquisa será realizada através de especificações das seguintes etapas:

a) Busca do entendimento dos elementos que seguem:

- ética;
- responsabilidade social;

- balanço social.
- b) Incursão teórica em aspectos gerais do balanço social:
- evolução;
 - usuários;
 - filosofia e metodologia.
- c) Descrição e análise de dados coletados em fontes bibliográficas:
- modelos de relatórios sociais;
 - análise comparativa dos modelos estudados;
 - apresentação das principais vantagens e desvantagem dos modelos abordados.

1.5.3 Análise de dados

Este estudo foi desenvolvido com base na análise de conteúdo. Bardin (1977, p. 34), a define como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, indicadores quantitativos ou não, que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) das mensagens.

O autor ressalta que o objetivo da análise de conteúdo “é a manipulação de mensagens (conteúdo e expressão desse conteúdo), para evidenciar os indicadores que permitam inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem”. Demarcada a amostra, constitui-se o que Bardin (1977) denomina *corpus*, isto é, o conjunto de documentos submetidos aos procedimentos analíticos.

De acordo com Nossa (2002, p. 172), “a análise de conteúdo é uma das várias técnicas que pode ser utilizada na análise de textos”. Embora pouco utilizada nas pesquisas contábeis de modo geral, essa técnica é aplicável à contabilidade ambiental, sendo utilizada

especialmente na literatura internacional.

Nesta pesquisa optou-se por uma adaptação da estrutura de análise de conteúdo proposta por Nossa (2002, p. 176), compreendendo: categorias e subcategorias e unidade de registro.

Este trabalho teve como base para a coleta de dados uma pesquisa documental indireta, incluindo obras literárias, revistas e internet, com o objetivo de colher informações sobre o tema a ser desenvolvido.

1.6 Delimitações da pesquisa

A presente pesquisa abordará apenas as divergências e congruências entre o modelo de balanço social IBASE com o Global Reporting Initiative, limitando-se apenas a alguns aspectos qualitativos considerados na sua elaboração.

É importante destacar que, uma vez que o objetivo do trabalho é comparar a prática adotada pela empresa na evidenciação social e não as normas a esse respeito nos diversos países, estas não foram consideradas na análise realizada. Acredita-se que uma abordagem do problema sob a ótica normativa traga esclarecimentos ao tema, corroborando ou refutando os dados apresentados ao longo deste estudo.

Serão apresentados alguns pontos considerados benéficos às empresas que optarem pela divulgação desses relatórios, bem como empecilhos com que os empresários e elaboradores podem se deparar no decorrer do processo, sem, no entanto, tentar eleger um demonstrativo melhor em relação ao outro.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo consiste no levantamento de dados relevantes ao desenvolvimento da pesquisa, explanando sobre ética, responsabilidade social, definição de balanço social, evolução histórica do balanço social, filosofia, metodologia, papel do balanço social e usuários do balanço social.

2.1 Conceito de ética

A ética e a responsabilidade social caminham lado a lado. É a partir da moral e dos valores éticos daqueles que conduzem uma empresa que parte a prática da responsabilidade social corporativa.

Há muitos conceitos sobre ética, mas parece que nenhum desses conceitos consegue alcançar um consenso, já que, partindo do pressuposto de que diferentes pessoas, comunidades, povos, etc, podem ter diferentes crenças e costumes, o que pode ser ético para alguns pode não ser ético para outros.

Vazquez (2000, p. 84) diz que o moral faz parte da formação dos valores éticos, sendo moral definida pelo autor como:

Um sistema de normas, princípios e valores, segundo o qual são regulamentadas as relações mútuas entre os indivíduos ou entre estes e a comunidade, de tal maneira que estas normas, dotadas de um caráter histórico e social, sejam acatadas livre e conscientemente, por uma convicção íntima, e não de uma maneira mecânica, externa ou impessoal.

Como se pode perceber, as ações éticas são regidas pela formação moral da sociedade e pela forma com que cada indivíduo distingue o bem e o mal. Quando se trata da ética empresarial, a tendência é que a empresa siga os valores morais da sociedade e seus diretores

e demais empregados sigam os valores propostos pelo “código de ética” da empresa. A prática da responsabilidade social pressupõe compatibilidade entre os valores morais e éticos que a empresa carrega e os da sociedade. Para ser socialmente responsável a empresa precisa ter – e seguir – normas de conduta e valores que sejam prezados por seus grupos de interesse.

2.2 Responsabilidade social

Durante os séculos, em termos gerais, as empresas desempenharam com relativo sucesso a sua função social de agente econômico, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade na qual estavam inseridas. Mas, com o passar dos tempos, o quadro começou a apresentar mudanças. Devido a várias distorções no desempenho de sua função social, a empresa se depara com questionamentos cada vez mais amplos que emanam dessa própria sociedade.

Segundo Toledo (1998, p. 16) *apud* BATISTA (2000, p. 41), a idéia de responsabilidade social foi introduzida no mundo dos negócios entre 1927 e 1932, quando Elton Mayo realizou experiências no sentido de melhorar a iluminação no ambiente de trabalho.

Somente algumas décadas depois, as organizações começam a se preocupar mais com o lado social.

Luca (1998, p. 23) cita que na década de 60 começaram questionamentos sobre as questões sociais resultantes das atividades da empresa. Nesse momento o empresariado não podia mais ignorar tais questionamentos já que a opinião pública começava a pressioná-los.

Inseridas em contextos em que os valores de mercado e as variáveis econômicas são predominantes, as corporações deste início de milênio se deparam cada vez mais com responsabilidades que antes não faziam parte de seus cotidianos.

De acordo com o Instituto Ethos (www.ethos.org.br):

Responsabilidade social empresarial é uma atuação baseada em princípios éticos elevados, nos seus vários relacionamentos com o meio interno e externo, impactados pela atividade produtiva, a saber: funcionários, meio ambiente, fornecedores, consumidores, acionistas, comunidade, governo e sociedade em geral. A empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa.

O valor social, aqui entendido como um valor que representa o compromisso social da empresa, deve ser encarado como assunto imprescindível nas agendas das empresas, possibilitando, talvez, um possível avanço em busca de uma consciência do empresariado em relação às suas responsabilidades sociais.

Nessa perspectiva, as empresas iniciam um processo de envolvimento com questões que precisam ser interpretadas com cautela. Trabalhar a dinâmica social não é o mesmo que definir qual a melhor estratégia para aumentar as vendas. O raciocínio deve ser bem claro no sentido de que a responsabilidade social é uma prática que atesta o comprometimento da empresa com a sociedade, com os seus funcionários, ultrapassando a idéia de que ela só deva existir em função do seu caráter econômico.

A responsabilidade social para Certo e Peter (1993, p. 279) é evidenciada pelo “grau em que os administradores de uma organização realizam atividades que protejam e melhorem a sociedade além do exigido para atender aos interesses econômicos e técnicos da organização.”

Existe uma preocupação de que ser socialmente responsável não pode ser confundido com pura estratégia de negócio, em que o lucro é a única razão. Assim, a responsabilidade

social deve ser identificada como um processo espontâneo, caso o objetivo seja de transformação. Portanto, segundo Matias (1999):

...O que se espera de uma empresa realmente preocupada em contribuir para a solução dos problemas de base do País é que ela tenha uma política institucional firme, ética, dinâmica e empreendedora. Mais: que a responsabilidade social seja um processo natural, inerente ao pensamento da organização, fluindo como deve fluir a responsabilidade individual de cada cidadão.

Mesmo assim não se pode ignorar que cada vez mais consumidores começam a levar em consideração as ações sociais promovidas pelas empresas das quais consomem produtos e serviços regularmente.

Dois aspectos se sobressaem na análise da responsabilidade social das empresas: o nível de comprometimento e o entendimento sobre a questão. Saber o que representa a responsabilidade social para a empresa é primordial para sua prática.

No pensamento de Torres (www.balancosocial.org.br),

Há muito se fala em responsabilidade social da empresa. E, de fato, pode-se observar que muitas empresas têm levado a sério suas relações com a comunidade, com o meio ambiente e com seu próprio corpo de funcionários. Até porque, nos últimos anos, essas relações tornaram-se uma questão de estratégia financeira e de sobrevivência empresarial. Isto sem falar, é claro, do lado ético e humano da responsabilidade social. Desta forma, muitos empresários já despertaram, e outros estão despertando, para o fato de que auferir grandes lucros à custa da saúde física e mental dos empregados, da destruição do meio ambiente e do desprezo por uma parcela considerável da sociedade, pode acabar gerando prejuízos a longo prazo.

Preocupações ecológicas são passíveis de especial preocupação pois cresce uma grande monitoração nesse sentido de organizações públicas e não governamentais, capazes de promover uma propaganda bastante negativa caso a empresa não as observe.

Para Razzolini (http://pessoal.onda.com.br/alencastro/te...anco_social.html), a responsabilidade social resulta “da consciência de que a empresa está inserida em um determinado ambiente e com ele interage positiva ou negativamente e, portanto, devem contribuir para com o desenvolvimento da comunidade, adotar comportamento ético e praticar a cidadania.”

Esse tipo de comportamento não deve ser confundido com mera filantropia dos proprietários das empresas; deve sim estar embutido na cultura organizacional e nas metas da empresa.

Como comentado anteriormente, até meados dos anos 30, a idéia de responsabilidade social e acesso à informação de cunho empresarial era virtualmente desconhecida por grandes corporações. A percepção comum era que a performance da empresa deveria ser de acesso restrito para se proteger os dividendos dos sócios.

Segundo Peixe (2000, p. 59), grandes fortunas do capitalismo moderno, como J.P. Morgan, John Rockefeller ou Cornelius Vanderbilt, eram sigilosos quanto a suas empresas e comportamento, os quais só eram divulgados na existência de instrumentos compulsórios de prestação de contas. Tal situação permaneceria virtualmente inalterada até a segunda metade da década de 60, quando preocupações ambientais começam a ser levantadas internacionalmente.

Com crescente demanda por “*accountability*” empresarial vinda de países europeus, países como a França, através da criação do “*bilan social*” em 1972, e Reino Unido, com o pacote instrumental do “*Corporate Report*” em 1975, seriam pioneiros na “contabilidade social” de empresas. Tal prática, aos poucos, seria adotada mundialmente em paralelo ao crescimento do poder de aferição e cobrança típicos da imprensa moderna.

No Brasil o processo foi mais lento que na Europa e Estados Unidos. No entanto, com o fim do regime militar e da repressão política, o Brasil verifica uma explosão de organizações civis. O exercício da cidadania, até então reprimido, ganha novo impulso através da sociedade civil organizada, a qual naquele momento passa a atuar ativamente na promoção de políticas de cunho social. No Brasil, o movimento de apoio à responsabilidade social, ganha impulso a partir dos anos 90 e é conseqüência do surgimento de um sem-número de

organizações não governamentais, assim como do crescimento não igualitário dos anos do “milagre econômico”.

2.3 Balanço social

São importantes algumas considerações sobre a responsabilidade social das empresas em qualquer trabalho de análise sobre o balanço social, pois nele devem estar contidas todas as informações referentes à prática social da entidade. Entretanto, há uma necessidade clara de se definir a natureza do balanço social. É muito fácil, à primeira vista, confundir-lo com um documento estritamente contábil ou um mecanismo de marketing.

Com relação ao primeiro caso, o equívoco ocorre justamente na associação direta com demonstrativos financeiros. O balanço social é mais do que isso. No outro caso, pensa-se prontamente na utilização do balanço social como ferramenta de promoção mercadológica da empresa.

Nessa linha participativa e interativa, o balanço social atinge um nível democrático de trabalho. O interesse não é somente da empresa. A comunidade, os clientes, os fornecedores, o poder público-estatal etc também são atores integrantes da rede de relacionamentos da empresa, portanto, devem pelo menos conhecer as principais etapas de elaboração do balanço social. É evidente que isso depende do interesse de cada um desses atores no processo. Por outro lado, a empresa precisa igualmente estar disposta a democratizá-lo. Entretanto, a participação direta de alguns desses atores é fundamental.

2.3.1 Definição de balanço social

Para o Instituto Ethos (www.ethos.org.br), pode-se definir balanço social, como sendo o principal instrumento de divulgação das ações sociais da empresa, tendo como objetivo maior fazer transparecer o compromisso social empresarial tanto no âmbito interno quanto no âmbito externo.

A Contabilidade, como ciência que estuda a variação patrimonial e o desempenho econômico-financeiro das entidades, possui os instrumentos necessários para contribuir na identificação do nível de responsabilidade social dos agentes econômicos. Estes instrumentos se traduzem no balanço social.

Pela descrição de Mendes (1998, p. 77), temos o seguinte:

Balanço Social é o instrumento de gestão e de informação que evidencia plenamente as informações econômicas, financeiras e sociais do desempenho das entidades, propiciando uma visão completa da participação e contribuição social e econômica da empresa em seu ambiente de atuação.

Outros autores parecem não ser tão otimistas quanto Mendes no que tange à eficácia do Balanço Social para evidenciar “plenamente as informações financeiras e sociais do desempenho das entidades” e propiciar “uma visão completa da participação e contribuição social e econômica da empresa em seu ambiente de atuação” já que é consenso de que este instrumento ainda precisa de um pouco mais de pesquisa e desenvolvimento.

Sob o ponto de vista de Kroetz (1999, p. 34):

a contabilidade social visa criar um sistema capaz de inventariar, classificar, registrar, demonstrar, avaliar e explicar os dados sobre a atividade social e ambiental da entidade, de modo que a qualquer momento se possam preparar informes como o balanço social e a demonstração do valor adicionado.

Em sua definição, Kroetz deixa claro que a confecção destes demonstrativos deve ser responsabilidade da Contabilidade, o que, por falta de regulamentação, não vem sendo atribuído exclusivamente aos contadores.

Segundo Tinoco (2004, p. 108), “é um instrumento de gestão e de informação que visa reportar, com identificação plena – *full disclosure*, informações econômicas, financeiras e sociais de desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários da informação, dentre esses usuários os trabalhadores.”

Nesse contexto de legitimação do trabalho social das empresas, o balanço social tem esta função de grande importância: a de integração. Esse demonstrativo tem a peculiaridade de estabelecer uma ligação com os usuários, adquirindo um significado de interatividade, ou seja, leva a aceitar sugestões provenientes dos diversos públicos existentes, podendo ser adotadas ou não, de acordo com a conveniência.

Para Luca (1998, p. 19), “balanço social é um instrumento de medida que permite verificar a situação da empresa no campo social, registrar as realizações efetuadas nesse campo e avaliar as relações ocorridas entre o resultado da empresa e a sociedade.”

Isso tudo implica entender a empresa como um agente de proporções amplas. Sua capacidade de influenciar as estruturas sociais, políticas e econômicas mostra claramente o seu poder. É evidente que a força é compatível com o tamanho da organização. Mas, independente disso, qualquer empresa possui o seu valor social, político e econômico, por menor que seja.

O balanço social conforme Suplicy (1997, p. 7), “é um documento pelo qual a empresa anualmente apresenta dados que permitem identificar a qualidade de suas relações com os empregados, com a comunidade e com o meio ambiente. É um registro do perfil social da empresa.”

Quanto ao registro desse perfil social que se convencionou chamar “Balanço Social”, verifica-se que pode haver vários formatos. Balanços Sociais modernos podem se apresentar com edições luxuosas, de impressionante impacto visual, ou apresentar dados quantitativos simples que sucintamente retratam a performance sócio-ambiental da empresa.

De modo geral, a lógica atrás dos relatórios sócio-ambientais é simples. Empresas devem prestar contas não só aos seus acionistas, pois agora o espectro de “*stakeholders*” é muito mais amplo e consumidores, empregados, e até outros atores sociais, como sindicatos e ONG`s, estão dentro da esfera de interesse do mundo empresarial.

De acordo com Gonçalves (1980, p.55):

Balanço social é um conjunto de informações quantificadas, por meio das quais a empresa poderá acompanhar de maneira objetiva o desenvolvimento de suas atividades, no campo dos recursos humanos, bem como medir seu desempenho na implementação de programas de caráter social.

O certo é que a divulgação da performance social de uma empresa em geral, não só no campo de recursos humanos e programas sociais, interessa aos grupos empresariais pelas mais diversas razões. A primeira se refere à ética e ao princípio pelo qual empresas, na qualidade de atores sociais, têm ativa participação no crescimento de uma nação e, portanto, devem prestar contas à sociedade. No entanto, razões práticas se somam a estas e fazem da divulgação dos “Balanços Sociais” uma prática cada vez mais comum. Interessa a empresas a divulgação de seus casos de boa prática empresarial.

Sob a ótica de Sucupira (www.ibase.org.br), o balanço social “é um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas a seus empregados e à comunidade onde está inserida.”

Ainda que muitos, de forma cética, vejam o “Balanço Social” como simples peça de marketing, este é – antes de tudo – prova de maturidade empresarial. Um bom relatório sócio-ambiental, ou Balanço Social, deve ser claro, ter profundo compromisso com a verdade, e ser

amplamente disponibilizado ao público por todos os meios possíveis, incluindo-se aí a Internet. As informações contidas nele não devem ser apenas uma “*check-list*” de requisitos sócio-ambientais, mas devem descrever de forma precisa o retrato da atividade social da empresa em determinado período de tempo.

Ribeiro e Lisboa (1999, p. 72) entendem que:

Balanço social é um instrumento de informação da empresa para a sociedade, por meio do qual deve ser explicitada a justificativa para sua existência. Em síntese, esta justificativa deve provar que o seu custo-benefício é positivo, porque agrega valor à economia e à sociedade, porque respeita os direitos humanos de seus colaboradores e, ainda, porque desenvolve todo o processo operacional sem agredir o meio ambiente.

Além de abordar todas as prerrogativas supracitadas, o modelo brasileiro contém avanços consideráveis, como a referência à questão racial no Balanço Social.

O caráter da informação é basicamente quantitativo, o que permite a comparação temporal da performance da empresa e o detalhamento dos investimentos sociais.

Para a CVM – Comissão de Valores Mobiliários (www.cvm.gov.br):

é o instrumento que possibilita à sociedade ter conhecimento dessas ações empresariais. Esse conhecimento se processa mediante a divulgação de um conjunto de informações relevantes, normalmente agrupadas em indicadores que evidenciem, dentre outros, os gastos e investimentos em benefício dos empregados e em benefício da comunidade.

A definição da CVM faz menção à divulgação das informações através de indicadores, o que demonstra a vocação para o marketing que tem o Balanço Social, além disso o uso de indicadores facilita a compreensão pelo seu público alvo.

Segundo 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 definição de Freire remete à necessidade de se utilizar à estrutura e o sistema de informação proporcionados pela Contabilidade para que se obtenham dados confiáveis e

inteligíveis na confecção de um modelo personalizado e específico de balanço social para cada empresa.

O balanço social consiste para o Instituto Ethos (www.ethos.org.br), “no registro das ações voltadas para a responsabilidade social que permite avaliar seus resultados e direcionar os recursos para o futuro. O balanço social da empresa deve explicitar as iniciativas de caráter social, resultados atingidos e investimentos realizados.”

Esta definição, defendida pelo Instituto Ethos, lembra ainda que o balanço social deve ter um aspecto de planejamento para os futuros investimentos sociais pretendidos pela empresa; avaliando o que foi realizado e demonstrando quão abrangentes tais investimentos deverão ser.

Vale lembrar, todavia, que a responsabilidade social, assim como o Balanço Social, são fenômenos recentes e ainda há muito a ser desenvolvido. Empresas ainda estão no aprendizado de sua cidadania e o Balanço Social surge como importante marco referencial para aqueles que, voluntariamente, buscam um melhor exercício de sua responsabilidade para com a sociedade.

Acredita-se que a base de sustentação da empresa do futuro será alcançada através do equilíbrio entre as questões econômicas e sociais.

2.3.2 Evolução histórica do balanço social

Mesmo ainda sendo considerados recentes, responsabilidade social e balanço social vêm sendo pesquisados e discutidos já há algum tempo.

Segundo Peixe (2000, p. 62), na década de 60, durante a Guerra do Vietnã, nos Estados Unidos surge a preocupação por parte das empresas em prestar informações ao público sobre as atividades no campo social, com o intuito de melhorar a imagem junto a consumidores e acionistas, resultando hoje no balanço social. Isso devido ao uso de armamentos sofisticados fabricados pelas empresas norte-americanas que, segundo o que era divulgado na época, prejudicavam o homem e o meio ambiente, e devido à discriminação de raça e gênero no trabalho.

Americanos, europeus e latino-americanos, desde o final da década de 70, desenvolveram “modelos” de Contabilidade Social, Auditoria Social e Balanço Social, segundo particularidades e culturas próprias.

Nos Estados Unidos, os estudos partiram das Universidades e as características principais do “modelo” dirigiram-se aos aspectos sociais públicos, às questões da diminuição da violência e da melhoria da relação das empresas com os consumidores.

Na Europa, as propostas do Balanço Social desenvolveram-se em direção à solidariedade econômica do bloco europeu, então em formação, e enfatizaram os aspectos do planejamento humano e social na empresa, no sentido de que assumissem igualdade de competência e aceitação, comparativamente aos demais processos empresariais (econômico, comercial, tecnológico...).

Também os aspectos referentes ao meio ambiente e à relação com fornecedores, governo e outros atores que interagem na vida empresarial foram enfocados sob o aspecto social. Nesse sentido, as inter-relações de todos os fatores estratégicos integraram-se na busca da construção de um novo papel das empresas e dos empreendimentos privados e públicos.

Na América Latina, o Balanço Social aparece considerando a experiência americana e europeia, mesclando as duas tendências, e busca um modelo de humanizar a empresa e de

criar propostas participativas no sentido de desenvolver focos de democracia possíveis, numa época em que a quase totalidade dos países latino americanos vivia sob regimes fechados e autoritários.

Segundo Sucupira (www.ibase.org.br), foi com este cenário que, em meados de 1977, um grupo de estudiosos da responsabilidade social na empresa, ligados à Associação de Dirigentes Cristãos de Empresa (ADCE), e à Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), formulou proposta para o desenvolvimento de um “balanço social” aplicável à realidade brasileira.

Profissionais de recursos humanos e psicólogos sociais investiram seus conhecimentos e experiências na concretização desse desafio, desenhando uma proposta de Balanço Social, publicada em 1978, por ocasião do lançamento do tema. Esta proposta apresentava três componentes básicos:

- Uma filosofia de ação transformadora da sociedade, através de um novo papel da empresa, dando ênfase à sua responsabilidade social;
- Uma metodologia de ação que tinha como base à participação dos atores internos e externos da empresa na definição das linhas gerais do processo e de sua operacionalização;
- Um “modelo” de balanço, simples na sua elaboração, mas que transformasse em indicadores qualitativos e quantitativos as ações humanas e sociais e definisse metas mensuradas e dimensionadas que tornassem possível uma avaliação periódica dessas ações.

Desenvolvida a proposta, era necessário fazer o teste de sua consistência. Foi assim que, em abril de 1980, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) promoveu um grande Seminário Internacional sobre Balanço Social. Especialistas da

Alemanha, Espanha, Chile, Argentina, Uruguai, Colômbia e Estados Unidos apresentaram os seus respectivos “modelos”, tendo sido o do Brasil considerado totalmente adequado, tanto nos seus aspectos conceituais, como na aplicação prática. No final desse seminário de 1980, foi lançado o livro *Balanço Social na América Latina*.

Entre os anos de 1982 e 1986, duas experiências devem ser ressaltadas: a do Grupo TELEBRAS, envolvendo inicialmente sete empresas num projeto-piloto e, depois, expandindo para as demais empresas do sistema; e a experiência da NITROFERTIL, na Bahia, onde o processo foi implantado nessa mesma época. Em todos os trabalhos, no decorrer desses anos, os princípios do Balanço Social foram difundidos, sempre ressaltando sua natureza de processo que adota a participação e a negociação entre os atores envolvidos como princípios básicos para a transformação social. Em 1990 é a vez do BANESPA publicar um relatório completo divulgando todas as suas ações sociais. A partir de 1993, várias empresas de diferentes setores aderem ao demonstrativo anual social.

Porém, a proposta só ganha maior destaque na mídia e visibilidade nacional quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lança, em 16 de junho de 1997, uma campanha pela divulgação do balanço social.

A seguir, empresas que obtiveram, por parte do IBASE, elogios, por seus exemplos interessantes de relatórios corporativos:

- [Rio Tinto Mineração](#). Como toda empresa extrativa, mineradoras têm interessantes casos de impacto sócio-ambiental. O relatório sócio-ambiental da Rio Tinto para o ano 2000 (em inglês) é interessante referência no tocante a “corporate reports”.
- [Petrobrás](#). A Petrobrás foi uma das primeiras empresas brasileiras a divulgar seu Balanço Social. Pela dimensão da empresa, e pelo teor das atividades desempenhadas por ela, o presente relatório engloba interessantes pontos temáticos.

- [Shell](#). A Shell foi intensamente criticada nos anos 80 por sua performance em assuntos sociais. Hoje, após uma guinada estratégica, tornou-se exemplo em produção sócio-ambiental. “*People, Planet and Profits*” é um interessante exemplo de material informativo.

2.3.3 Papel do balanço social

Competitividade, produtividade, integração regional ou global, exigem dos empreendimentos contemporâneos uma ousadia maior no desenho de seu papel na economia e na sociedade.

A onda de transformações sobre a qual as sociedades procuram se equilibrar exige novos processos de gestão, razoavelmente compreensíveis nos campos tecnológicos, econômicos, mercadológicos e comerciais. No entanto, esses processos de gestão humana e social nem sempre são considerados com a mesma razoável compreensão.

Esse desequilíbrio na consideração dessas variáveis merece reflexões urgentes. Dependendo do distanciamento entre elas teremos um desenho de mundo mais saudável ou mais exaurido ecologicamente, com mais incluídos ou excluídos sociais, com uma sociedade mais feliz e pacífica ou mais insegura e violenta.

Os agentes sociais reivindicam a incorporação dos aspectos sociais nas decisões e ações estratégicas das empresas e empreendimentos econômicos, globalizados ou não. Para tanto, é necessário colocar à disposição dos atores responsáveis pelo desenvolvimento, processos e instrumentos de gestão específicos. Padrões de desempenho, indicadores sociais que considerem aspectos relevantes de melhoria da qualidade de vida de grupos, segmentos, parcelas da população ou da sociedade em geral estarão merecendo a atenção de um número

cada vez maior de lideranças governamentais, empresariais, sindicais e das comunidades organizadas.

Neste novo desenho do mundo, do qual estamos tendo o privilégio de participar, as exigências sociais terão traços cada vez mais fortes. Caberá ao conjunto de atores públicos e privados dar respostas a estas exigências através de novos processos e instrumentos de gestão que complementem os atuais e incorporem estratégias e ações no campo social.

No Brasil, na década de 80, a ADCE e a Fundação FIDES elaboraram uma proposta de Balanço Social. Trabalhos acadêmicos foram realizados. Algumas empresas implantaram programas de Balanço Social. Poucas mantêm suas publicações sobre o assunto em complemento aos Balanços econômicos. Provavelmente a ênfase no Social acabou ficando um pouco de lado por outros aspectos de sobrevivência das organizações que adiaram sua maior aplicação.

2.3.4 Usuários do balanço social

Nos últimos anos, a sociedade vem buscando informações sobre a prática da responsabilidade social das empresas. Surge a necessidade de um instrumento de difusão da informação social que evidencie o que as empresas estão fazendo pela saúde pública, qualidade de vida, cultura, educação, igualdade social, incentivo ao esporte, urbanização, segurança e relações trabalhistas para a comunidade interna e externa, entre outras.

Sob o ponto de vista de Mendes (1997, p. 4), “dar publicidade àquilo que a empresa faz em benefício social poderá significar a oportunidade de obter do mercado uma grande recompensa, dando à obrigatoriedade uma menor importância.”

Segundo Peixe (2000, p. 65), o balanço social destina-se a numerosos usuários, entre os quais destacam-se:

- a) Trabalhadores – grupos que de forma pessoal e direta trabalham para a empresa;
- b) Clientes – grupos que se relacionam com a empresa, pois de sua confiança vive a empresa;
- c) Fornecedores – grupos que se relacionam com a empresa, pois de sua parceria vive a empresa;
- d) Acionistas – grupos que aportam recursos à empresa;
- e) Sindicatos dos Trabalhadores;
- f) Instituições Financeiras;
- g) Autoridades fiscais, monetárias, trabalhistas e estaduais;
- h) Comunidade local em geral;
- i) Educadores, pesquisadores e todos os formadores de opinião.

O balanço social é útil a todos os usuários que se relacionam com a empresa. Aos gestores fornece dados úteis para a tomada de decisão no que tange aos programas sociais; aos consumidores, indica a mentalidade da organização associada à qualidade dos produtos e serviços prestados. A fornecedores e investidores, informa em que nível a empresa encara sua responsabilidade quanto aos seus colaboradores, que é bom indicador de como a empresa é administrada.

Dentre suas utilidades, impossível é ignorar que o balanço social é uma excelente ferramenta estratégica para o marketing num mercado competitivo. E nesse marketing evidencia-se não só a qualidade do que vende a empresa, mas também o compromisso com o social, com o bem-estar de seus colaboradores e, sobretudo, com seus clientes.

Se as empresas devem sobreviver no mercado competitivo tomando decisões estratégicas, então nesse contexto o balanço social pode ser visto como instrumento de marketing; mas para adotar uma postura de empresa-cidadã, ela deve basear-se em princípios morais e éticos nas suas mais diversas relações.

Segundo Silva e Freire (2001, p. 120), a ética como estratégia empresarial apresenta uma série de razões, entre as quais destacam-se:

- a) a opinião pública espera das empresas um comportamento ético;
- b) uma empresa que trata com dignidade seus empregados cria um ambiente interno mais saudável, atrai e mantém empregados qualificados e motivados;
- c) há aumento das vendas decorrente da melhoria da imagem;
- d) empresas éticas são em geral bem-sucedidas e tendem a conseguir mais facilmente acesso a recursos de fundos de investimentos.

O balanço social desempenha diversas funções, sendo uma das principais o reforço da imagem da empresa. O mais importante, entretanto, é o exercício da responsabilidade social pela organização, o que a cada dia está mais presente nas expectativas da sociedade.

2.3.5 Filosofia do balanço social

A transformação da gestão econômica para incluir características de gestão social deverá considerar os princípios e valores que norteiam a ação dos empreendimentos. Por sua vez, esta ação deverá ser compatível com os cenários econômico, político, tecnológico e social nos quais esses empreendimentos estão inseridos. Desta análise decorre a definição dos planos estratégico, tático e operacional das organizações. A consideração dos aspectos sociais,

de forma equilibrada com os demais aspectos do planejamento estratégico, é um primeiro passo no desenho de um Balanço Social.

Nesse processo serão incluídas as questões sociais envolvidas nas ações organizacionais, tanto internas como externas. No âmbito social interno estão incluídas segundo a Fundação FIDES:

- Relações de Trabalho referentes ao pessoal próprio, contratado temporariamente, terceirizado ou franqueado.
- Relações com Dirigentes, Gerentes, Comandos intermediários e Administradores de Empreendimentos Descentralizados.
- Relações com Acionistas e Proprietários.

No âmbito social externo estão incluídos:

- Relações com fornecedores;
- Relações com consumidores;
- Relações com a comunidade;
- Relações com o governo;
- Relações com o meio ambiente.

Ao se considerar essas questões internas e externas sob a ótica social, o planejamento estratégico assume uma nova dimensão, integrando de forma estruturada ações sociais dispersas, direcionando planos estratégicos no sentido de conciliar interesses de atores internos e externos, apresentando resultados quantificados da ação social e qualificando a organização como entidade responsável pela melhoria da qualidade de vida.

2.3.6 Metodologia do balanço social

Uma metodologia para o desenvolvimento do processo deve também ser compatível com os princípios e valores da organização. Os mesmos princípios metodológicos envolvidos no processo de planejamento estratégico deverão ser utilizados no campo social. O que deve ser considerado é a necessidade de realizar uma apreciação da situação, apostar em cenários prováveis, desenvolver análises estratégicas, definir objetivos, desenhar ações e desenvolver mecanismos de correção.

A definição das ações sociais, sua quantificação, suas metas e resultados, obtidos de forma flexível, deverão guardar coerência com o cenário mais provável traçado no plano estratégico da organização.

As demonstrações financeiras ao serem publicadas refletem operações empresariais desenvolvidas em função de um plano estratégico, tático e operacional formulado com a participação da organização e por ela administrado durante todo um período; enquanto um Balanço Social poderá refletir de forma criativa este mesmo processo num demonstrativo social, sem uma rigidez pré-determinada, mas com itens que permitam uma demonstração quantificada das ações sociais desenvolvidas pela organização. Isto implica as metas que foram definidas para período considerado, os resultados atingidos, e as novas metas a se atingir.

Analisando demonstrativos e relatórios sociais de várias organizações européias, americanas e brasileiras, a Fundação FIDES observou formas criativas de quadros ou gráficos numéricos e estatísticos que foram utilizados.

A sugestão que a Fundação FIDES desenvolveu como “prática” de Balanço Social incorpora alguns princípios enumerados na filosofia e metodologia anteriormente referidas:

- a) Os indicadores de Balanço Social devem refletir ações e programas sociais desenvolvidos no âmbito interno e externo, com definição clara de seu significado;
- b) Esses indicadores devem materializar a identidade da organização, e representar como a mesma quer ser reconhecida como socialmente responsável por todos os seus “stakeholders”;
- c) Estes programas são incorporados através de um processo participativo dos respectivos atores, considerando na seleção aqueles mais relevantes;
- d) Adota-se um fator de ponderação entre os indicadores selecionados, que reflete a prioridade atribuída pelos atores a cada um deles. Esta prioridade é considerada de forma crescente com pesos que poderiam variar de 1 até 5;
- e) Metas serão estabelecidas para cada programa. Estas metas tomam como referência duas variáveis: análise da história dos resultados alcançados nos últimos 2 ou 3 anos em cada indicador adotado pela empresa e fixação de valores desafiadores, baseados na análise e com definição da respectiva unidade de medida;
- f) As metas podem ser quantitativas e qualitativas:
 - Metas quantitativas – refletem resultados numéricos, estatísticos ou financeiros relacionados a cada indicador ou programa;
 - Metas qualitativas – refletem o grau de satisfação da população alvo do indicador, obtido por pesquisa, amostragem ou levantamento de opinião;
- g) O acompanhamento das metas deve ser realizado periodicamente, de forma a permitir medidas de correção que garantam seu cumprimento;

- h) Os resultados dos indicadores podem ser analisados permitindo comparar a eficiência e eficácia dos respectivos programas sociais;
- i) Os indicadores, fatores de ponderação e metas podem ser revistos periodicamente de forma a refletir o cenário mais provável e a situação da atualidade, de forma flexível e coerente com a realidade do momento.

Com a utilização desses princípios gerais, de acordo com a Fundação FIDES, as empresas poderão produzir relatórios sociais.

2.4 Modelos de balanço social abordados pela literatura brasileira

Existe a possibilidade da criação de leis que regulamentem a elaboração e a apresentação do balanço social no Brasil, porém ele pode ser um instrumento de interesse voluntário das empresas.

É essencial que, ao longo dos próximos anos, os relatórios sociais venham a adquirir a consistência e credibilidade de que gozam os relatórios financeiros. Para tanto, o Instituto Ethos e o IBASE recomendam que alguns critérios qualitativos sejam observados em sua preparação.

As informações serão consideradas confiáveis na medida em que revelem neutralidade e consistência na sua formulação e apresentação. Nesse sentido, deve-se descrever ações, resultados e problemas enfrentados com base em fatos e argumentos lógicos e destacar o contexto a que uma informação se refere.

No caso de uma indústria, por exemplo, o consumo de energia é uma informação que ganha mais significado se a fonte dessa energia for mencionada; então o IBASE recomenda:

- a) buscar neutralidade na seleção e apresentação dos fatos, garantindo que os julgamentos e opiniões por parte dos *stakeholders* não sejam induzidos;
- b) expor os aspectos positivos e negativos dos resultados e os impactos, diretos e indiretos, relacionados ao negócio;
- c) tratar com prudência a apresentação de resultados e impactos econômicos, sociais e ecológicos considerados controversos; mas levar em conta o posicionamento da empresa sobre o assunto.

Uma das expectativas dos usuários do Balanço Social é a possibilidade de comparação dos dados apresentados pela empresa com os de períodos anteriores e com os de outras organizações, o que exige consistência na escolha e apresentação dos indicadores.

Apesar de a periodicidade anual ser a prática comum, as empresas poderão considerar a possibilidade de atualizações mais frequentes dos dados, em função das facilidades oferecidas pela internet.

Apesar de ainda não exigida pelo mercado, a verificação e auditoria das informações contidas no relatório contribuem para sua credibilidade. Diante da exigência crescente dos *stakeholders* por transparência, as empresas devem estar preparadas para responder pela integridade dos indicadores apresentados. Para isso, algumas iniciativas podem ser adotadas, tais como:

- a) realizar auditoria em processos cujos resultados estejam refletidos nos indicadores;
- b) apresentar comentários e avaliações feitas por especialistas externos;
- c) incluir na Mensagem do Presidente o compromisso com a legitimidade das informações.

É importante lembrar que os indicadores propostos compõem um conjunto básico a ser informado pelas empresas. Eles sempre podem ser ampliados e outros podem ser incluídos, levando-se em conta os interesses daqueles que tenham sido considerados os públicos prioritários da organização. Caso se deseje detalhar um indicador para atender a uma demanda muito específica, isso deve ser feito em um anexo do relatório.

Para Trevisan (1998, p. 66 *apud* MARIANO 2000, p. 29), o balanço social deve conter:

- a) Informações sobre recursos humanos
 - Número de empregados existentes no início e fim do ano;
 - Estatísticas dos empregados (cor, sexo, nº de dependentes, faixa etária, etc.);
 - Valor dos tributos recolhidos;
 - Gastos com: alimentação do trabalhador, educação e treinamento, assistência médica, segurança no trabalho;
 - Outros benefícios gerais, previdência privada e pensão.
- b) Informações sobre a atuação na comunidade e promoção do bem-estar social
 - Projetos culturais, esportivos;
 - Projetos de eco-turismo;
 - Investimentos em projetos nas áreas de educação, saúde, assistência social e organização das comunidades;
 - Programas de combate ao trabalho infantil, programas para integração e assistência a portadores de necessidades especiais.
- c) Informações sobre sua atuação na proteção do meio ambiente
 - Investimentos e equipamentos de proteção ao meio ambiente;

- Gastos com recuperação e/ou destruição de detritos poluentes;
- Gastos com pesquisa e desenvolvimento para substituição de equipamentos ou matérias-primas poluentes;
- Apoio a projetos de preservação ambiental;
- Manutenção de áreas verdes.

O melhor modelo de balanço social e os melhores critérios e indicadores para montar esta demonstração ainda são questionados, entretanto as organizações poderão assumir uma postura socialmente responsável, principalmente em relação aos funcionários, com a comunidade e o meio ambiente, até sem sua publicação. A seguir, serão apresentados os modelos de balanço social utilizados por empresas brasileiras para divulgar suas ações no campo social.

2.4.1 O modelo Legal

Originalmente, através do Projeto de Lei nº 3.116, de 14 de maio de 1997, de autoria das então Deputadas Federais Sras. Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, após reapresentado pelo Projeto de Lei nº 32-99, de 29 de junho de 1999, pelo então Deputado Federal Paulo Rocha, existe a proposta de se obrigar a elaboração, anualmente, do Balanço Social, assim definido:

Art, 1º. Ficam obrigadas a elaborar, anualmente, o Balanço Social:

I – as empresas privadas que tiverem cem empregados ou mais no ano anterior à sua elaboração;

II – as empresas públicas, sociedades de economia mista, permissionárias e concessionárias de serviços públicos em todos os níveis da administração pública, independente do número de empregados.

Art. 2º. Balanço Social é o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a

participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento social, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Art. 3o. O Balanço Social deverá conter informações sobre:

I – A empresa: faturamento bruto, lucro operacional; folha de pagamento bruta, detalhando o total das remunerações e o valor total pago a empresas prestadoras de serviço;

II – Os empregados: número de empregados existentes no início e no final do ano, discriminando a antiguidade na empresa; admissões e demissões durante o ano; escolaridade, sexo, raça e qualificação dos empregados; número de empregados por faixa etária; número de dependentes menores; número mensal de empregados temporários; valor total da participação dos empregados no lucro da empresa; total da remuneração paga a qualquer título às mulheres na empresa; percentagem de mulheres em cargos de chefia da empresa; número total de horas-extras trabalhadas; valor total das horas-extras pagas.

Devem ser acrescidas ainda outras informações sobre encargos sociais pagos, alimentação do trabalhador, educação, saúde, segurança, previdência privada e outros benefícios. Devemos destacar ainda os itens XI e XII do artigo 3º, que tratam dos aspectos sociais e ambientais, em relação à comunidade, discriminando as informações que devem ser disponibilizadas:

XI – Investimentos na comunidade: valor dos investimentos na comunidade (não incluir gastos com empregados) nas áreas de cultura, esportes, habitação, saúde pública, saneamento, assistência social, segurança, urbanização, defesa civil, educação, obras públicas, campanhas públicas e outros;

XII – Investimentos em meio ambiente: reflorestamento, despoluição; gastos com introdução de métodos não-poluente e outros gastos que visem à conservação ou melhoria do meio ambiente, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes.

Deverão constar, na descrição das informações a serem disponibilizadas pelo Balanço Social, tanto neste (bastante genérico) como nos modelos posteriores, quais os instrumentos a serem utilizados na compilação dessas informações, ou seja, o sistema contábil e seus sistemas auxiliares.

2.4.2 O modelo ETHOS

O Instituto Ethos de Responsabilidade Social (www.ethos.org.br) faz, atualmente, um trabalho de divulgação e incentivo do balanço social e da responsabilidade social no Brasil.

Propõe um modelo baseado no modelo IBASE porém, adota princípios e critérios qualitativos em sua preparação em quantidades maiores que seu antecessor, e é em grande parte responsável pela evolução dos modelos brasileiros.

Para a construção operacional do modelo o Instituto Ethos sugere a criação de comitês de Balanço Social que representem a comunidade interna e externa e que participem do processo, especialmente na seleção dos indicadores ou programas, definição dos fatores de ponderação e fixação de metas, bem como das revisões periódicas do processo e na definição de correção de rumos.

O modelo é dividido em quatro partes, que serão demonstradas a seguir:

Parte I - Apresentação

01. Mensagem do presidente

Através desta mensagem, a empresa posiciona-se perante as partes interessadas, informando a perspectiva a partir da qual desenvolveu-se todo o processo que resultou no relatório e introduzindo os principais aspectos do documento.

Recomenda-se a inclusão dos seguintes elementos:

- Pontos altos do conteúdo e compromissos a serem atingidos;
- Declaração de comprometimento em relação a objetivos econômicos, sociais e ecológicos a que a empresa se propõe;
- Reconhecimento de sucessos e insucessos obtidos ao longo do processo;
- Desafios mais significativos para a organização no sentido de integrar a responsabilização pelo desempenho financeiro ao desempenho social, ambiental e econômico, bem como as implicações destes fatos nas estratégias futuras.

02. Perfil do empreendimento

Oferece uma visão geral da empresa, uma espécie de síntese que permita uma visualização do todo. Essa visão de conjunto vai permitir uma melhor compreensão das partes, apresentadas ao longo do relatório.

Os elementos que compõem este item variam de acordo com o porte da empresa, conforme apresentado no Quadro 1:

Informações	Empresas		
	Micro/ Pequenas	Médias	Grandes
Nome da organização	x	x	x
Principais produtos e serviços, inclusive marcas	x	x	x
Número de empregados	x	x	x
Data do Relatório imediatamente anterior	x	x	x
Natureza dos mercados em que atua / perfil dos clientes (Ex.: atacado/varejo, governos)	x	x	x
Espécie de empresa: sociedade comercial/ sociedade civil/ empresa pública; de responsabilidade limitada/ sociedade anônima etc.			x
Desdobramento de vendas – receitas por país/ região			x
Mudanças significativas no tamanho, estrutura, propriedade, produtos e serviços que ocorreram no presente Relatório.			x

Quadro 1 – Demonstrativo do perfil do empreendimento (2004) ETHOS

Fonte: www.ethos.org.br

O Quadro 1 traz informações gerais sobre a empresa e sobre seu negócio. Este demonstrativo contextualiza o usuário da informação no ambiente da organização, preparando-o para entender as informações do balanço social.

03. Setor da economia

Constitui uma breve apresentação do setor da economia em que a empresa atua abordando seus desafios e perspectivas, e a contribuição do setor à economia como um todo. Apresentam-se, também, as questões de responsabilidade social específicas do setor.

Parte II - A empresa

04. Histórico

Relato sucinto do surgimento e etapas por que passou a empresa. Este item, pela sua natureza narrativa, representa uma oportunidade excepcional de comunicação do empreendimento com os seus diferentes públicos.

05. Princípios e valores

A empresa explicita aqui os princípios e valores que norteiam os processos de tomada de decisões; este é o espaço adequado, no relatório, para apresentar, se houver, o código de conduta da empresa e sua estratégia de ação, para que ele esteja sempre sendo motivo de conversa com os seus diferentes públicos.

06. Estrutura e funcionamento

Além da estrutura organizacional em nível macro e das principais informações de como a empresa opera, devem ser mencionados os aspectos mais significativos dos sistemas de gestão. Dessa forma, pode-se incluir elementos de gestão de pessoas, gestão da qualidade, gestão da cadeia produtiva e outros processos que evidenciem como a empresa busca implementar seus princípios e valores nos planos econômico, social e ambiental.

07. Governança corporativa

Neste item, a empresa apresenta seu sistema de governança, especialmente conselheiros, os critérios de seleção adotados para a escolha desses conselheiros, o tempo de

mandato, a missão e principais atribuições do Conselho, os comitês que integram o Conselho e seu modo de operar.

Parte III - A atividade empresarial

08. Visão

Neste ponto a empresa apresenta sua visão de futuro, a forma como articula os desafios de ordem ética, social, ambiental e econômica no desenvolvimento de suas atividades e como consolida estes aspectos no processo de tomada de decisão.

09. Diálogo com partes interessadas

Este item trata dos critérios e processos utilizados pela empresa no diálogo com as partes interessadas (stakeholders).

10. Indicadores de desempenho

Neste item, a empresa expõe seus indicadores de desempenho no que diz respeito à responsabilidade social, os quais constituem elementos essenciais na viabilização do diálogo com seus diferentes públicos. É importante que se esclareçam possíveis dificuldades na coleta de dados e estes podem ser complementados com relatos que exponham seu contexto e questões de interesse geral.

Além disso, outros indicadores são sugeridos para complementar e permitir maior transparência quanto às atividades desenvolvidas pela empresa.

Ao todo, os indicadores estão distribuídos em:

- a) Aspectos Qualitativos: descrição de resultados e práticas de gestão que representam indicadores de performance em responsabilidade social.
- b) Indicadores Quantitativos: resultados mensuráveis e monitorados apresentados em números.

- c) Outros Indicadores Sugeridos: descrição tanto de informações qualitativas, quanto indicadores quantitativos.

10.1 Indicadores de desempenho econômico

Este grupo de indicadores busca dar transparência aos impactos econômicos da empresa, nem sempre acessíveis ao grande público nos demonstrativos financeiros convencionais.

Neste sentido, propõe-se a apresentação de informações relativas a impactos no país através da geração e distribuição de riqueza por parte da empresa, resultados oriundos da produtividade obtida no período e procedimentos, critérios e retornos de investimentos realizados na própria empresa e na comunidade.

O objetivo da pesquisa é a análise dos dados qualitativos, porém são os quantitativos que indicarão efetivamente o valor monetário investido nos programas, e para isso o Instituto Ethos propõe um demonstrativo de geração e distribuição de riqueza, apresentado no Quadro 2; Distribuição da riqueza por Stakeholders, no Quadro 3; no Quadro 4 - Produtividade e, no Quadro 5, Investimentos.

I. Geração e distribuição de riqueza

Geração de Riqueza	2001	2002	2003
(A) Receita Bruta			
(B) Bens e serviços adquiridos de terceiros			
(C) Valor adicionado bruto (A - B)			
(D) Retenções (depreciação, amortização, exaustão)			
(E) Valor adicionado líquido (C - D)			
(F) Transferências			
Resultado da equivalência patrimonial			
Resultado de participações societárias			
Receitas financeiras			
(G) Valor Adicionado a Distribuir (E + F)			

Quadro 2 – Geração e distribuição de riqueza

Fonte: www.ethos.org.br

O quadro acima é também conhecido como demonstrativo do valor adicionado e vem sendo utilizado sempre em conjunto com o balanço social e demonstra efetivamente o quanto de valor adicionado a empresa gerou no período.

O próximo quadro demonstrará como a riqueza gerada pela entidade está sendo distribuída bem como o valor adicionado.

Distribuição por Stakeholders	2002	2003	2004
GOVERNO			
Impostos expurgados os subsídios (isenções)			
COLABORADORES			
Salários			
Encargos previdenciários			
Previdência privada			
Benefícios			
Participação nos resultados			
FINANCIADORES			
Remuneração de capital de terceiros			
ACIONISTAS			
Juros sobre capital próprio e dividendos			
Lucros retidos/prejuízo do exercício			

Quadro 3 – Distribuição da Riqueza por Stakeholders.

Fonte: www.ethos.org.br

O quadro 3 apresenta o quanto em montantes monetários do valor adicionado foi transferido às partes interessadas que de alguma forma recebem numerário da empresa.

A seguir, há a discriminação dos principais índices de rentabilidade e endividamento que demonstrarão o desempenho das finanças, comparando com os exercícios anteriores.

II. Produtividade

Indicadores de produtividade	2002	2003	2004
Margem Bruta (em Reais)			
Margem Líquida (em Reais)			
Índice do Giro dos Ativos (margem líquida/ativo médio)			
Índice do Retorno sobre Ativo Médio (ROA) (Lucro Oper. /Ativo Médio*)			
Índice de Endividamento (empréstimos + financiamentos / PL)			
Índice de liquidez			

* Lucro Operacional = Receita Líquida - Custo Produtos ou Serviços Vendidos - Despesas de Vendas, Despesas Gerais e Despesas Administrativas

Quadro 4 – Indicadores de Produtividade

Fonte: www.ethos.org.br

No Quadro 4, a empresa expõe os principais índices exigidos principalmente pelas instituições financeiras para fins de liberação de financiamentos ou pelo Estado, caso a empresa participe de concorrências ou licitações. Embora o Instituto Ethos recomende sua publicação como complementação ao balanço social, muitas empresas podem não adotá-lo, visto que traz informações financeiras importantes e muitas vezes sigilosas.

III. Investimentos

Itens de investimento	2002	2003	2004
Pesquisa e desenvolvimento			
Melhoria de produtividade			
Aumento de capacidade produtiva			
Educação / Treinamento			
Programas para a comunidade			

Quadro 5 – Indicadores de Itens de investimento

Fonte: www.ethos.org.br

No Quadro 5, os gastos em pesquisa e desenvolvimento são mostrados às partes interessadas, sendo esclarecido quais procedimentos estão sendo adotados e o quanto a empresa está investindo para a manutenção e melhoria das suas atividades operacionais.

Outros Indicadores Sugeridos

- Impactos econômicos da abertura ou transferência de unidades da empresa;
- Valores envolvidos na terceirização de processos e serviços;
- Níveis de produtividade por categoria profissional.

IV. Anexos

Neste item o Instituto Ethos recomenda de forma direta a utilização do modelo IBASE de balanço social (apresentado a seguir) e a listagem das iniciativas de interesse da sociedade, que são os projetos sociais da empresa.

2.4.3 O modelo IBASE

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) é uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, reconhecido como de utilidade pública federal, estadual e municipal.

O IBASE (www.ibase.org.br) define-se como “uma entidade autônoma, comprometida com a defesa dos direitos humanos, a justiça, o bem-estar social e, acima de tudo, com a participação de todos os brasileiros na construção da democracia. Seu objetivo é tornar a responsabilidade social um compromisso de todos.”

É um órgão preocupado com a responsabilidade social das empresas. O IBASE criou o selo de empresa cidadã, pelo qual as empresas mostram que estão comprometidas com a qualidade de vida da sociedade. O selo é obtido através da análise do balanço social.

O modelo de balanço social proposto pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas- IBASE é apresentado no Quadro 6.

1. Base de cálculo	2003 Valor (mil reais)			2002 Valor (mil reais)		
Receita líquida (RL)						
Resultado operacional (RO)						
Folha de pagamento bruta (FPB)						
2. Indicadores sociais internos	Valor (mil R\$)	% Sobre FPB	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre FPB	% Sobre RL
Alimentação						
Encargos sociais compulsórios						
Previdência privada						
Saúde						
Segurança e medicina no trabalho						
Educação						
Cultura						
Capacitação e desenvolvimento profissional						
Creches ou auxílio-creche						
Participação nos lucros ou resultados						
Outros						
Total - Indicadores sociais internos						
3. Indicadores sociais externos	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL
Educação						
Cultura						
Saúde e saneamento						
Esporte						
Combate à fome e segurança alimentar						
Outros						
Total das contribuições para a sociedade						
Tributos (excluídos encargos sociais)						
Total - Indicadores sociais externos						
4. Indicadores ambientais	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa						
Investimentos em programas e/ou projetos externos						
Total dos investimentos em meio ambiente						
Quanto ao estabelecimento de metas ajustas para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa:	() não possui metas () cumpre de 51 a 75% () não possui metas () cumpre de 51 a 75%			() não possui metas () cumpre de 51 a 75%		
	() cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100%			() cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100%		
5. Indicadores do corpo funcional						
Nº de empregados(as) ao final do período						
Nº de admissões durante o período						
Nº de empregados(as) terceirizados(as)						
Nº de estagiários(as)						
Nº de empregados(as) acima de 45 anos						
Nº de mulheres que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por mulheres						
Nº de negros(as) que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)						
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais						
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2003			Metas 2004		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa						
Número total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) + Cipa	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> seguirá as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
A participação nos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não serão considerados	<input type="checkbox"/> serão sugeridos	<input type="checkbox"/> serão exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> apoiará	<input type="checkbox"/> organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça
% de reclamações e críticas solucionadas:	na empresa %	no Procon %	na Justiça %	na empresa %	no Procon %	na Justiça %
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2003:			Em 2002:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	_____% governo	_____% colaboradores(as)	_____% acionistas	_____% governo	_____% colaboradores(as)	_____% acionistas
	_____% terceiros	_____% retido		_____% terceiros	_____% retido	

Quadro 6 – Modelo de balanço social anual (2003) IBASE

O Quadro 6 apresenta um dos modelos mais utilizados de balanço social do Brasil, considerado um dos mais modernos do mundo. O modelo IBASE, embora considerado de fácil elaboração, evidencia os principais atos de responsabilidade social das empresas de forma clara e simples, para que nos próximos exercícios a empresa possa se aventurar em relatórios mais personalizados e detalhados.

Cada indicador do modelo do IBASE apresenta uma lista de itens que correspondem ao indicador geral, como é mostrado a seguir:

a) Indicador laboral:

- Alimentação - Gastos com restaurante, vale-refeição, lanches, cestas básicas e outros relacionados à alimentação de empregados (as);
- Previdência privada - Planos especiais de aposentadoria, fundações previdenciárias, complementações de benefícios a aposentados(as) e seus dependentes;
- Saúde - Plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde, inclusive de aposentados(as);
- Educação - Gastos com ensino regular em todos os níveis, reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca (excluído pessoal) e outros gastos com educação;
- Cultura - Gastos com eventos e manifestações artísticas e culturais (música, teatro, cinema, literatura e outras artes);
- Capacitação e desenvolvimento profissional - Recursos investidos em treinamentos, cursos, estágios (excluídos os salários) e gastos voltados

especificamente para capacitação relacionada com a atividade desenvolvida por empregados(as);

- Creches ou auxílio-creche - Creche no local ou auxílio-creche a empregados(as);
- Participação nos lucros ou resultados - Participações que não caracterizem complemento de salários;
- Outros benefícios - Seguros (parcela paga pela empresa), empréstimos (só o custo), gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e outros benefícios oferecidos a empregados(as).

b) Indicadores sociais externos:

- Total das contribuições para a sociedade - Somatório dos investimentos na comunidade que aparecem discriminados. Os itens na tabela aparecem como indicação de setores importantes nos quais a empresa deve investir (como habitação, creche, lazer e diversão, por exemplo). Porém podem aparecer aqui somente os investimentos principais que a empresa realiza regularmente;
- Tributos (excluídos encargos sociais) - Impostos, contribuições e taxas federais, estaduais e municipais.

c) Indicadores ambientais:

- Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa - Investimentos, monitoramento da qualidade dos resíduos/efluentes, despoluição, gastos com a introdução de métodos não-poluentes, auditorias ambientais, programas de educação ambiental para os (as) funcionários (as) e outros gastos com o objetivo de incrementar e buscar o melhoramento contínuo da qualidade ambiental na produção/operação da empresa;

- Investimentos em programas/projetos externos - Despoluição, conservação de recursos ambientais, campanhas ecológicas e educação sócio-ambiental para a comunidade externa e para a sociedade em geral;
- Metas anuais - Resultado médio percentual alcançado pela empresa no cumprimento de metas ambientais estabelecidas pela própria corporação, por organizações da sociedade civil e/ou por parâmetros internacionais como o *Global Reporting Initiative* (GRI).

d) Indicadores do corpo funcional:

- Nº de negros (as) que trabalham na empresa - Considerar como trabalhadores (as) negros (as) o somatório de indivíduos classificados/autodeclarados como de pele preta e parda (conforme a RAIS).

e) Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial:

- Relação entre a maior e a menor remuneração - Resultado absoluto da divisão da maior remuneração pela menor;
- Número total de acidentes de trabalho - Todos os acidentes de trabalho registrados durante o ano;
- Normas;
- Valor adicionado.

O modelo IBASE já está sendo utilizado por um grande número de empresas brasileiras, entre as quais citam-se: Abril S/A, ACESITA – Companhia Aços Especiais Itabira, Alpargatas S/A, Aracruz Celulose S/A, entre outras.

Algumas empresas receberam o Selo do Balanço Social IBASE: Alternex S/A, Azaléia, Banco do Brasil, CEB – Companhia Energética de Brasília, Cecrisa (SC), CRVD – Companhia Vale do Rio Doce, Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, Votorantim Celulose e Papel etc.

2.4.4 Global reporting initiative

A *Global Reporting Initiative* ou Relatório de Iniciativas Globais foi criada em 1997 pela Coligação para Economias Ambientalmente Responsáveis (Ceres) em parceria com o Programa Ambiental das Nações Unidas (Pnuma). Foi estabelecida para elevar as práticas de relatórios de sustentabilidade a um nível equivalente às práticas de relatórios financeiros, buscando comparabilidade, credibilidade, rigor, periodicidade e legitimidade da informação. A GRI encarregou-se desse trabalho com a participação ativa de empresas, ONGs ambientais e sociais, organizações contábeis, sindicatos, investidores e demais partes interessadas no mundo inteiro.

A GRI lançou um esboço das Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade (Diretrizes) em 1999 e, após um período exaustivo de testes e consultas, apresentou a primeira versão das Diretrizes, em junho de 2000. A versão de 2002 marca a continuação do ciclo de testes, reavaliações, consultas e revisão, tanto das Diretrizes quanto dos documentos que a sustentam.

A Global Reporting Initiative (GRI) é um processo internacional de longo prazo, com participação ativa de múltiplas partes interessadas, cuja missão é desenvolver e divulgar as Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade (Diretrizes), de aplicabilidade global. As Diretrizes são utilizadas de maneira voluntária por organizações que desejam elaborar

relatórios sobre as dimensões econômica, ambiental e social de suas atividades, produtos e serviços.

O objetivo é auxiliar a organização relatora e suas partes interessadas a articular e compreender suas contribuições para o desenvolvimento sustentável.

Desde a publicação da primeira edição das Diretrizes, em junho de 2000, as tendências que propiciaram sua criação não diminuíram e, na maioria dos casos, se intensificaram. Os assuntos abordados – globalização e governança corporativa, responsabilidade e cidadania – se tornaram parte integrante do debate político e administrativo em muitas organizações e nos países em que operam.

As Diretrizes da GRI constituem uma estrutura para a elaboração de relatórios sobre o desempenho econômico, ambiental e social de organizações. As Diretrizes:

- apresentam princípios específicos sobre a elaboração de relatórios de sustentabilidade;
- ajudam organizações a apresentar uma visão completa e equilibrada de seu desempenho econômico, ambiental e social;
- facilitam a compatibilidade de relatórios de sustentabilidade, levando em conta os aspectos práticos da divulgação de informações por parte de organizações dos mais variados tipos;
- ajudam a estabelecer padrões de referência (*benchmarking*) e a avaliar o desempenho de sustentabilidade relativo a códigos de conduta, padrões de desempenho e iniciativas voluntárias;
- servem como um instrumento facilitador da participação das partes interessadas.

Mesmo com todos estes benefícios, as Diretrizes não são um conjunto de princípios de conduta, um padrão de desempenho (uma cota de emissões para um poluente específico, por exemplo) ou um sistema de gestão, nem oferecem instruções sobre a elaboração dos sistemas internos de gestão de dados ou sistemas de relatórios para uma organização, nem uma metodologia para se preparar relatórios, nem para monitorá-los ou verificá-los; trata apenas de desenvolvimento sustentável.

O texto das Diretrizes se divide em cinco partes:

- **Introdução:** Tendências que motivam os relatórios de sustentabilidade e os benefícios gerados.
- **Parte A: Utilizando as Diretrizes** - Instruções gerais sobre o uso das Diretrizes.
- **Parte B: Princípios para Elaboração de Relatórios** - Procedimentos que reforçam o rigor dos relatórios e que norteiam o uso das Diretrizes.
- **Parte C: Conteúdo do Relatório** - Conteúdo e compilação de um relatório.
- **Parte D: Glossário e Anexos** - Orientações e recursos adicionais para usar as Diretrizes.

Na realização dessas cinco etapas, cada organização deverá adequar seu sistema de informações a fim de, através das cinco partes, concluir seu relatório de sustentabilidade.

Segundo o Instituto Ethos (www.ethos.com.br), “A sustentabilidade só pode ser alcançada por meio de um equilíbrio nas complexas relações atuais entre necessidades econômicas, ambientais e sociais que não comprometa o desenvolvimento futuro.” O GRI procura ser um demonstrativo e um incentivador da sustentabilidade nas empresas, utilizando-se de documentos suplementares setoriais, de orientação sobre assuntos específicos e protocolos técnicos.

Uma organização que esteja elaborando um relatório baseado na GRI deve começar com as Diretrizes (ver Figura 1). Se um relatório setorial aplicável estiver disponível, este deverá ser utilizado conjuntamente com os indicadores e informações das Diretrizes. Se não houver um relatório setorial, a organização deverá ir além das Diretrizes e incluir toda a informação específica do seu setor que seja essencial para a elaboração de um relatório equilibrado e completo. Quando estiver lidando com um indicador abordado pelas Diretrizes ou por um suplemento, a organização deve aplicar os protocolos da GRI, sempre que disponíveis.

A Figura 1 demonstra o fluxo de informações que devem ser seguidas na elaboração do relatório de sustentabilidade.

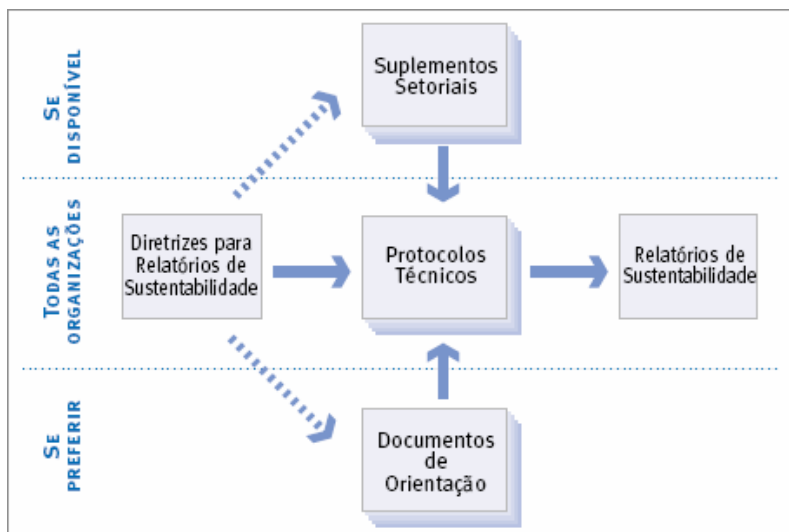


Figura 1 - Conjunto de documentos

Fonte: www.globalreporting.org

De acordo com o fluxograma acima apresentado, na preparação das diretrizes, as empresas podem acrescentar dados de relatórios (suplementos setoriais) e de documentos de orientação, antes de levantar e trabalhar as informações propriamente relevantes (protocolos técnicos) na elaboração do relatório de sustentabilidade.

A GRI organiza seus indicadores de desempenho hierarquicamente, por categoria, aspecto e indicador. As definições usadas pela GRI nessa hierarquia se alinham com padrões internacionais, mas adaptados a essa estrutura. Os indicadores são agrupados nas três dimensões da definição convencional de sustentabilidade: a econômica, a ambiental e a social. O Quadro 7 apresenta mais informações sobre o modo como a GRI aborda seus indicadores.

A hierarquia das Diretrizes de 2002 é estruturada da seguinte maneira:

	CATEGORIA	ASPECTO		
ECONÔMICA	Impactos econômicos diretos	Clientes Fornecedores Funcionários Investidores Setor público		
		AMBIENTAL	Impactos ambientais	Materiais Energia Água Biodiversidade Emissões e resíduos Fornecedores Produtos e serviços Adequação à legislação Transporte Total
SOCIAL	Práticas trabalhistas			Emprego Relações com funcionários Saúde e segurança Treinamento e educação Diversidade e oportunidade
		Direitos humanos	Estratégia e gestão Não-discriminação Liberdade de associação e de negociação coletiva Trabalho infantil Trabalho forçado e compulsório Procedimentos disciplinares Procedimentos de segurança Direitos indígenas	
			Sociedade	Comunidade Suborno e corrupção Contribuições políticas Competição e política de preços
				Responsabilidade sobre produtos e serviços

Quadro 7 - A hierarquia das Diretrizes de 2002:

Fonte: www.globalreporting.org

Para a GRI, conforme o Quadro 7, existe uma hierarquia quanto aos indicadores, começando pelos da categoria econômica, depois os da ambiental e somente depois os da

categoria social. Isso demonstra o quanto a GRI focaliza as empresas de países socialmente desenvolvidos, ao passo que, no caso do Brasil, esta hierarquia na consideração dos indicadores pode distorcer o processo já que, em algumas regiões, o social pode precisar ter mais peso que o ambiental, em outras, o ambiental deveria estar na frente do econômico etc.

O relatório de sustentabilidade não tem um modelo pré-definido de formato, porém permite a comparação com o balanço social, pois, além de se servir dos mesmos princípios, tenta evidenciar o mesmo tipo de informações.

3 ANÁLISE COMPARATIVA DOS MODELOS ESTUDADOS

A partir dos modelos apresentados nas seções anteriores, faz-se uma análise comparativa do modelo de balanço social IBASE e da *Global Reporting Initiative* (GRI). Para isso, adotam-se os seguintes parâmetros de comparação: destinação do balanço social, característica quanto à função e indicadores.

a) Destinação dos relatórios

O modelo IBASE pode ser publicado por qualquer empresa, isoladamente em jornais e revistas, sendo assim divulgado entre funcionários, clientes, fornecedores e sociedade, ou seja, não existe um direcionamento do balanço social sendo facultada a sua confecção e divulgação, muito embora já exista um projeto de lei (modelo legal) no sentido de torná-lo obrigatório.

A GRI, modelo de relatório de sustentabilidade indicado pela Organização das Nações Unidas, assim como o modelo IBASE, pode ser publicado por qualquer empresa, porém com algumas diferenciações que serão abordadas posteriormente. Quanto à destinação, as diretrizes da GRI visam atingir, além dos assistidos pelo balanço social, governos, colaboradores, acionistas, ONGs etc. Na GRI, o público-alvo é denominado *partes interessadas* ou “*stakeholders*”.

Somente para efeito de comparação, Vitali (2002, p. 31) diz que:

O modelo de balanço social francês é publicado apenas por empresas com mais de 299 empregados e é destinado aos órgãos representativos do trabalho; o português, com mais de 100 empregados e é remetido ao Departamento de Estatística do Ministério do Emprego e da Segurança Social e à Inspeção Geral do Trabalho; na Bélgica, é obrigatório e é destinado aos bancos e sociedade.

Isto demonstra que o fato de um país ter uma legislação que obrigue a publicação de relatórios sociais não necessariamente incentiva o desenvolvimento dos seus modelos, mas colabora para a conscientização social das empresas.

b) Característica quanto à função

O modelo IBASE de balanço social tem a característica de ser informativo, e está sendo proposto para ser utilizado pelas empresas com o intuito de obter o selo de empresa cidadã.

A GRI por sua vez, além do caráter informativo, tem servido como base também para avaliar a viabilidade de sustentabilidade de projetos no sentido de benefícios e malefícios sócio-ambientais no caso de sua implementação, além de ser utilizado pelas empresas que atualmente pleiteiam a obtenção do certificado ISO 14.000.

No Quadro 8 tem-se um resumo da função da GRI e dos modelos de balanço social do IBASE e de outros países para comparação.

	Função do Demonstrativo Social
GRI	Informativo e obtenção do certificado ISO 14000
Modelo IBASE	Informativo e obtenção do selo de empresa cidadã
Modelo francês	Informativo
Modelo português	Informativo
Modelo belga	Fins gerenciais para o governo quanto à política de emprego

Quadro 8 – Função dos Demonstrativos Sociais

Fonte: Elaborado pelo autor

Assim sendo, de acordo com o Quadro 8, o balanço social tem funções diferentes que são adequadas às necessidades dos usuários em diferentes países. Analisando tais diferenças de função entre os países, pode-se tirar um maior proveito dessas informações, por exemplo:

No Brasil o balanço social é informativo, mas poderia ser também utilizado pelo governo para definir políticas de emprego, como acontece na Bélgica.

c) Indicadores

O balanço social brasileiro proposto pelo IBASE apresenta como indicadores: receita líquida, folha de pagamento, laborais (internos), sociais (externos), ambientais e de corpo funcional. Apesar de sua simplicidade, o modelo Ibase abrange informações sobre recursos humanos, sobre a atuação da empresa na proteção do meio ambiente e sobre a atuação da empresa na comunidade.

A GRI é bem mais complexa, pois divide seus indicadores em essenciais e adicionais; os essenciais são divididos em 3 categorias: econômica, ambiental e social. Na categoria econômica são avaliados os impactos econômicos diretos sobre clientes, fornecedores, funcionários, investidores e setor público. A categoria ambiental avalia os impactos ambientais em materiais, energia, água, biodiversidade, resíduos, adequação à legislação, entre outros. Já a categoria social engloba políticas trabalhistas, direitos humanos, comunidade e responsabilidade por produtos e serviços.

No Quadro 9 faz-se uma síntese dos indicadores do balanço social IBASE e da GRI.

Demonstrativo	Indicadores
Balanço Social	I- Base de cálculo, II- Indicadores laborais, III- Indicadores sociais externos, IV- Indicadores Ambientais, V- Indicadores de corpo funcional, VI- Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial e VII- Outras Informações
GRI	I- impactos econômicos diretos (clientes, fornecedores, funcionários, investidores e setor público), II- impactos ambientais, III- políticas trabalhistas (emprego, relações com funcionários, saúde e segurança, treinamento e educação, diversidade e oportunidades), IV- direitos humanos, V- sociedade (comunidade, suborno e corrupção, contribuições políticas, competição e preços), VI- responsabilidade por produtos e serviços.

Quadro 9 – Indicadores do balanço social e da GRI

Fonte: Elaborado pelo autor

Como se pode notar no Quadro 9, a GRI trata de forma mais profunda seus indicadores, exigindo um maior volume de informações e maior dispêndio de recursos humanos e financeiros na sua elaboração, porém, proporciona uma análise mais refinada dos dados do relatório.

d) Forma de adequação aos tipos de empresa

O balanço social é adequado para vários tipos de empresa, porém, nos casos de algumas organizações específicas, como cooperativas, empresas públicas ou de economia mista, seguradoras etc, existe a necessidade de um modelo específico de demonstrativo inspirado no modelo original, mas com características e indicadores diferentes.

Já a GRI pode ser aplicada a quaisquer tipos de empresas, pois, pelo fato de ser dividida em módulos, as empresas podem ajustar seus relatórios, utilizando apenas os módulos relevantes para a sua atividade empresarial.

e) Resumo da análise comparativa

Este item apresenta a conclusão do questionamento desta pesquisa, ou seja, tem-se uma comparação entre o conteúdo do modelo de balanço social proposto pelo IBASE com o relatório de sustentabilidade da GRI.

No Quadro 10 mostra-se um resumo comparativo dos itens qualitativos avaliados, apontando-se as congruências e divergências dos dois modelos de relatórios social abordados neste trabalho.

	Modelo IBASE	Global Reporting Initiative
Quais empresas publicam?	Todas	Todas
Destinação do Balanço Social	Sociedade	Partes Interessadas
Característica quanto a Função	Informativo e obtenção do selo de empresa cidadã	Informativo e obtenção do certificado ISO 14.000
Indicadores	Divididos em 7 capítulos. Informações sobre recursos humanos, meio ambiente e sociedade	Divididos em 6 capítulos. Informações econômicas, ambientais, trabalhistas, direitos humanos, sociedade e responsabilidade.
Adequação	Necessidade de adaptação, de acordo com o tipo de empresa.	Utilização pela empresa somente dos módulos que lhe sejam aplicáveis.

Quadro 10 – Resumo comparativo dos modelos estudados

Fonte: Elaborado pelo autor.

Através do resumo comparativo apresentado no Quadro 10, observa-se que não existe um modelo único de relatório para que a empresa divulgue sua responsabilidade social. Os demonstrativos abordados apresentam diferenças entre si, a GRI é mais complexa, custosa, necessita de maior esforço e divulga alguns dados que a empresa pode preferir não abordar; o balanço social é mais simples e direto, porém também demanda custos, tempo e técnica para sua elaboração, além do fato de não ser avalizado pela ONU.

Teoricamente o melhor modelo de demonstrativo social é aquele que destina as informações ao corpo funcional e à sociedade em geral e que utiliza indicadores para

diagnosticar a situação social da empresa, ou seja, informações relacionadas à responsabilidade social das empresas.

Deve-se dizer que o maior interessado em publicar o demonstrativo social deveria ser a própria empresa, porque através dele, ela divulga sua atuação social, o que lhe permite o fortalecimento de sua imagem e garante sua continuidade e credibilidade perante a sociedade.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O exercício da responsabilidade social corporativa está associado à noção de sustentabilidade, que visa conciliar as esferas econômica, ambiental e social na geração de um cenário compatível com a continuidade e a expansão das atividades das empresas, no presente e no futuro.

A concepção de responsabilidade social por parte das empresas vem sendo bastante difundida. Especialmente nos países mais desenvolvidos, as empresas enfrentam, crescentemente, novos desafios impostos pelas exigências dos consumidores, pela pressão de grupos da sociedade organizada e por legislações e regras comerciais que demandam, por exemplo, proteção ambiental, produtos mais seguros e menos nocivos à natureza e o cumprimento de normas éticas e trabalhistas em todos os locais de produção e em toda a cadeia produtiva.

Assim, as empresas são impulsionadas a adotar novas posturas diante de questões ligadas à ética e à qualidade da relação empresas–sociedade. Estas questões vêm influenciando, e em muitos casos impondo, mudanças nas dinâmicas de mercado e no padrão de concorrência e de competitividade, a exemplo das preocupações ligadas ao meio ambiente. A identificação e avaliação de fatores relacionados à responsabilidade social corporativa vem evoluindo de modo similar ao processo de discussão que resultou, por exemplo, na instituição do Selo Verde e de outras regulamentações que hoje interferem na escolha de processos de produção, induzindo à adoção de tecnologias menos agressivas ao meio ambiente.

Em um modelo de atuação globalizada, portanto, mecanismos de prestação de contas (*accountability*) e de transparência de informações ganham importância crescente, constituindo-se em tópico de relevância destacada nas agendas de discussões internacionais.

Os demonstrativos sociais são importantes não só pela sua função cívica, como também por possibilitar que as empresas se autodisciplinem quanto a sua atuação social. Outro aspecto relevante é o fato deles poderem gerar retorno econômico para as entidades, ou seja, podem ser considerados uma ferramenta estratégica de marketing.

A transparência das empresas quanto à sua atuação social, lhes permite o fortalecimento da imagem e conseqüentemente a continuidade e credibilidade perante a sociedade.

Dentre os modelos estudados observa-se que todos consideram o indicador *recursos humanos* o mais importante, pois os elementos *motivação X produção* estão diretamente relacionados. Um fato deve ser sempre lembrado: o funcionário entrega à empresa seu tempo, energia física e psicológica, criatividade, lealdade, fidelidade etc. Em contrapartida, a empresa deve oferecer-lhe salário, benefícios sociais, desenvolvimento profissional e pessoal, perspectivas de poder, reconhecimento, esforço de identificação, prestígio, segurança de emprego, estabilidade no trabalho etc. É essa relação mútua que gira a roda da economia e permite o desenvolvimento dos estudos das diversas ciências e entre elas, a Contabilidade.

A mesma Contabilidade que tem como objeto o patrimônio, hoje observa que sua noção de patrimônio talvez seja bastante limitada. Patrimônio hoje não é só o conjunto de bens, direitos e obrigações da empresa, mas também as pessoas, com seu capital intelectual, o meio ambiente e as relações sociais com a comunidade, seu grande cliente, também formam um grande patrimônio.

Como se observou em todas as obras literárias sobre o assunto pesquisadas, a aferição deste novo patrimônio tem-se diluído entre profissionais das mais variadas ciências: contadores, sociólogos, engenheiros, economistas, administradores, advogados, médicos, políticos e até mesmo físicos são os responsáveis pela elaboração dos modelos mais

utilizados de balanço social do Brasil. Não que um relatório com a pretensão de evidenciar ações sociais não deva ser discutido nas mais diversas áreas de formação da sociedade, mas, será que não cabe aos contadores, que operacionalizam o processo e têm o conhecimento técnico, a responsabilidade dessa elaboração? Será que não cabe à ciência Contábil a obrigação de desenvolver estudos nesse sentido?

A resposta a estas perguntas deve ser encontrada individualmente por todos os estudantes, professores, pesquisadores e profissionais da área contábil e estas são as sugestões deste trabalho, para as futuras pesquisas às quais poderá servir como base.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BATISTA, Halcima Melo. Proposta de um modelo de balanço social a ser aplicado nas indústrias têxteis. **Pensar Contábil**. Rio de Janeiro, ano 3, n. 9, p.39-48, ago/out. 2000.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 32-99**, de 29 de junho de 1999 – Autoria de Paulo Rocha.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 3.116**, de 14 de maio de 1997. Autoria de Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling.

BEUREN, Ilse Maria (Org.) e outros. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2003.

CERTO, Samuel C.; PETER, J. Paul. **Administração Estratégica: planejamento e implementação da estratégia**. São Paulo: Makron Books, 1993.

CVM. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br>> Acesso em: 29 setembro 2005.

FREIRE, Fátima de Souza. **O balanço social no Brasil**. Fortaleza: Mimeo, 1997.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GONÇALVES, Ernesto Lima. **Balço social da empresa na América Latina**. São Paulo: Pioneira, 1980.

GRI – Global Reporting Initiative. Disponível em: <<http://www.globalreporting.org>> Acesso em: 20 set. 2005.

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>>. Acesso em: 20 set. 2005.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**. São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 20 set. 2005.

KROETZ, César Eduardo Stevens. Contabilidade Social. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília, ano 28, n. 120, p.28-38, nov./dez. 1999.

LUCA, Márcia Martins Mendes de. **Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB**. São Paulo: Atlas, 1998.

MARIANO, Rosimar Pereira. Elementos principais dos diferentes modelos propostos de balanço social. **Pensar Contábil**. Rio de Janeiro, ano 3, n. 9, p. 27-32, ago/out. 2000.

MATIAS, A. J. **A responsabilidade das empresas**. A Gazeta Mercantil, Seção Opinião, p. A-2. São Paulo: Gazeta Mercantil, 30/09/99.

MENDES, Abadia Eleuza et al. **Balanço Social: Exercício de Cidadania**. Revista de Contabilidade do CRC-SP, São Paulo, ano II, n° 6, 1998.

NOSSA, Valcemiro. **Disclosure ambiental**: uma análise do conteúdo dos relatórios ambientais de empresas do setor de papel e celulose em nível internacional. 2002. 246 p. Tese (Doutorado em Controladora e Contabilidade) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP, São Paulo, 2002.

PEIXE, Biênio César Severo. **Balanço Social**: o poder de difusão da informação. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília, ano 29, n. 122, p. 60-69, mar/abr. 2000.

RAZZOLINI, Edelvino Filho. **Balanço e Responsabilidade Social**. Disponível em: <http://pessoal.onda.com.br/alencastro/te...anco_social.html> Acesso em 30 setembro 2005.

RIBEIRO, Maisa de Souza e LISBOA, Lázaro Plácido. Balanço social. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília, ano 28, n. 115, p. 70-76, jan./fev. 1999.

SILVA, Antônio Carlos R. da. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, César Augusto Tiburcio e FREIRE, Fátima de Souza. **Balço Social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2001.

SUCUPIRA, João. **A responsabilidade social das empresas**. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>>. Acesso em: 25 set. 2005.

SUPLICY, Marta. O que é balanço social? **Jornal Folha de São Paulo**, 10.06.1997.

TINOCO, João Eduardo P.; KRAEMER, Maria Elisabeth P. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004.

TORRES, Ciro. **Responsabilidade social e transparência**. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em: 12 out. 2005.

VAZQUEZ, Adolfo S. **Ética**. 19 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

VITALI, Andrea T. **Análise comparativa do modelo de balanço social Ibase com o de outros países**: Florianópolis: UFSC, 2002.