

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

**ANÁLISE SOBRE O BALANÇO SOCIAL: UM ESTUDO SOBRE OS
INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL**

JULY HELENA LUZ DE ATHAYDE

**FLORIANÓPOLIS-SC
2003**

July Helena Luz de Athayde

**ANÁLISE SOBRE O BALANÇO SOCIAL: UM ESTUDO SOBRE OS
INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL**

Monografia submetida ao Departamento de Ciências Contábeis, do Centro Sócio-Econômico, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof^a Elisete Dahmer Pfitscher, M.Sc.

Florianópolis

2003

July Helena Luz de Athayde

Análise sobre o Balanço Social: Um estudo sobre os Indicadores do Corpo Funcional

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 constituída pelos professores abaixo mencionados.

Compuseram a banca:

Prof^a Elisete Dahmer Pfitscher, M.Sc. – orientadora
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC
Nota atribuída:

Prof^o Loreci João Borges, Dr.
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC
Nota atribuída:

Prof^o Luiz Alberton, M.Sc.
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC
Nota atribuída:

Florianópolis, 2003.

Prof^o Luiz Felipe Ferreira, M.Sc.
Coordenador de Monografia do CCN

Em especial, a minha mãe, Luiza Maria Luz de Athayde, por todo amor, confiança e dedicação. E, ao meu pai, Annibal Affonso de Athayde Neto, in memoriam.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, pela vida e pelo caminho que me orientou a seguir.

A minha orientadora, Elisete, pela valiosa e dedicada ajuda na realização deste trabalho.

Aos meus professores, que colaboraram para minha formação nestes quatro anos.

A minha mãe que, além do carinho, compreensão e incentivo com que sempre me trata, colaborou na correção gramatical de meu trabalho.

Aos meus irmãos, pela paciência e amor com que me trataram durante a realização de minha monografia.

Aos colegas da seção de Contabilidade da Prefeitura Municipal de Palhoça, pelo carinho, apoio e compreensão.

Agradeço a todos que, direta e indiretamente, participaram e me incentivaram para a elaboração e conclusão deste trabalho.

RESUMO

Pelo cenário mundial atual, surge a necessidade de as empresas dedicarem suas ações e atenções para a sociedade e meio ambiente, o que vai além de suas ações técnicas, legais e financeiras. Surge, então, a idéia de responsabilidade social, evidenciada através de um demonstrativo chamado Balanço Social. É um demonstrativo que possui um importante papel para a empresa, pois além de relatar o envolvimento desta com a sociedade e o meio ambiente, também se torna uma estratégia financeira, pois uma organização que cumpre seu papel social atrai mais consumidores. Mostrar como surgiu e como evoluiu ao longo do tempo a idéia de responsabilidade social e Balanço Social torna-se indispensável para quem deseja entender realmente este assunto. Por não ser uma demonstração exigida por Lei, existem vários modelos de Balanço Social e nem todas as organizações têm o costume de publicá-lo. Apenas as organizações socialmente responsáveis o fazem e, mesmo assim, se torna difícil fazer uma comparação entre elas, devido aos diferentes modelos existentes. Um Balanço Social é composto de vários indicadores. O último capítulo desta monografia tem, então, como principal objetivo fazer uma análise dos indicadores do corpo funcional da empresa Boticário, nos anos de 2000 e 2001, como também contar sua história de evolução e responsabilidade social. Pôde-se notar que o Balanço Social é um importante meio à disposição da empresa para responder às exigências da sociedade e que os indicadores do corpo funcional são indispensáveis, pois são eles que demonstram as políticas aplicadas ao quadro de pessoal.

Palavras-chave: responsabilidade social; balanço social; indicadores do corpo funcional.

ABSTRACT

Through the current world situation, the need of actions and attention given by the companies to the society and the environment has become necessary. Thus, the idea of social responsibility, demonstrated through a study called Social Balance turns to be a reality. It is a study which plays an important role for companies and that is because besides reporting the relation between the company, the society and the environment, it also turns to be a financial strategy, due to the fact that companies are more likely to attract consumers when engaged in social programs. Showing how both, the idea of social responsibility and Social Balance has come out is essential for whom intends to really understand about this subject. Since this is not a method demanded by law, there are many Social Balance models and not all of the companies publish them. Only the companies which are socially responsible do it and even so, it is hard to make comparisons using them, due to the different existent models. A Social Balance is composed by various indicators. Therefore, the analysis and the explanation of the functional part of the studied company are important parts of this report.

Key words: social responsibility; Social Balance; indicators of functional parts.

LISTA DE FIGURAS

Figura 2.1: Ramificação da Ciência Contábil.....	22
Figura 3.1: Balanço Social no Brasil.....	29
Figura 3.2: Limites do Balanço Social.....	32
Figura 3.3: Modelo de Demonstração do Valor Adicionado – Fipecafi.....	35
Figura 4.1: Conjunto de Indicadores que Compõe o Balanço Social.....	37
Figura 4.2: Indicadores do Corpo Funcional de 1999 e 2000 do IBASE.....	40
Figura 5.1: Modelo de Gestão do Boticário.....	44
Figura 5.2: Organograma do Boticário.....	45
Figura 5.3: Indicadores de Escolaridade dos Funcionários.....	49
Figura 5.4: Indicadores de Idade dos Funcionários.....	50
Figura 5.5: Indicadores de Tempo de Empresa dos Funcionários.....	50

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Tema e Problema.....	12
1.2 Objetivos.....	13
1.3 Justificativa.....	14
1.4 Metodologia.....	16
1.5 Limitações da Pesquisa.....	17
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS – EVOLUÇÃO E CONCEITO.....	19
2.1 Evolução da Responsabilidade Social.....	19
2.2 Conceitos de Responsabilidade Social.....	23
3 BALANÇO SOCIAL.....	25
3.1 Histórico e Evolução do Balanço Social.....	25
3.1.1 Objetivos do Balanço Social.....	29
3.2 Projetos de Lei.....	33
3.2.1 Demonstração do Valor Adicionado.....	34
4 INDICADORES DO BALANÇO SOCIAL.....	36
4.1 Indicadores de um Balanço Social.....	36
4.1.1 Indicadores Sociais e Indicadores do Corpo Funcional do Balanço Social.....	38
5 ANÁLISE DOS INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL NA EMPRESA ESTUDADA.....	42

5.1 A História da Empresa O Boticário.....	42
5.2 Responsabilidade Social da Empresa O Boticário.....	46
5.3 Uma Breve Análise dos Indicadores do Corpo Funcional do Boticário.....	48
6 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	52
6.1 Recomendações.....	54
REFERÊNCIAS.....	55
APÊNDICE.....	57
ANEXOS.....	59

1 INTRODUÇÃO

A luta pela competitividade de mercado faz com que a grande maioria das empresas tenha como única preocupação gerar lucros, conseguir o máximo de sucesso profissional e expandir, aumentando seus negócios, bem como a rede de filiais.

Principalmente no século XX, que é o século em que mais se observa o progresso das tecnologias, nota-se uma ganância crescer aos olhos das pessoas. Com o desenvolvimento tecnológico, começa a haver uma competição no sentido de querer tornar seu negócio mais moderno e eficiente do que o do concorrente.

A meta dos profissionais de qualquer área, até o que se sabe, sempre foi e ainda continua sendo alcançar o sucesso profissional, como também financeiro, pela melhor situação competitiva no mercado.

Na área contábil, principalmente por ser uma área que está inserida num contexto onde é muito comum aparecerem conflitos, alguns profissionais esquecem-se de que não devem querer buscar o sucesso passando por cima de seus colegas de profissão, de seus clientes e, muito menos, explorando seus empregados.

Já existem estudos sobre a moral do homem, que defendem como ele deve agir na sua profissão. E deve-se dar maior relevância a esse estudo, principalmente, no processo de educação e de formação de todo estudante.

Com o passar dos anos, cada vez mais se vê que a preocupação com a ética e com a moral está dando resultados positivos.

Os profissionais estão mudando seu modo de agir diante da sociedade. Eles não mais buscam apenas a geração de lucros e sim, uma melhora contínua na sua produção, com a conseqüente satisfação de seus clientes.

Os profissionais sabem que o futuro de sua organização depende de seus clientes. Sabem também que os usuários da informação ou os consumidores tornam-se cada vez mais exigentes com o que lhes é oferecido.

Com a exigência da parte dos clientes, os profissionais acabam por se sentirem na obrigação de satisfazê-los por completo. Para isso, as organizações buscam produzir um produto ou serviço de altíssima qualidade e preço acessível, para que seus consumidores, satisfeitos, voltem sempre a procurar seus serviços.

As organizações também começam a se preocupar com o que está acontecendo no meio ambiente em que estão inseridas e passam a querer saber como podem contribuir para melhorá-lo.

Contribuindo para um ambiente socialmente sadio e economicamente desenvolvido, a empresa se fortalece cada vez mais para competir no mercado global, onde os consumidores já têm consciência dos problemas que afetam a sua comunidade e onde já existem grupos que atuam em defesa dos interesses sociais e ambientais.

Com tamanhas exigências, as organizações se vêem praticamente obrigadas a dar satisfação do que estão fazendo em relação à ecologia, ao meio ambiente, e também de que forma estão contribuindo para o desenvolvimento e o bem-estar da sociedade.

Mas, ao contrário do que se possa pensar, todas essas exigências não são, de modo algum, empecilhos para as organizações e sim, um incentivo para que aprimorem cada vez mais seus trabalhos sociais.

As empresas também começam a sentir a necessidade de demonstrarem o número de trabalhadores que possuem, destacando a porcentagem de mulheres, homens, negros e brancos que compõe seu corpo funcional.

Essa demonstração estaria inserida dentro de uma outra demonstração, ainda não obrigatória, chamada Balanço Social. Esse Balanço não é exigido por Lei e nem há um modelo específico a seguir. Infelizmente, esse tipo de Balanço que mostra realmente as contribuições da empresa para com a sociedade, ainda não é utilizado por todas as organizações.

1.1 Tema e Problema

A Contabilidade está revendo seus objetivos, com a intenção de não mais atender somente aos critérios econômicos e monetários de uma empresa. Ela passa a atender às expectativas da sociedade e começa a transmitir informações de dentro de sua empresa, da forma como contribui para o desenvolvimento social e para o bem-estar de seus clientes e empregados.

As empresas começam a entender que não é apenas o lucro que faz o sucesso delas, mas sim esse lucro somado ao respeito para com os cidadãos, para com o meio ambiente e para com os próprios empregados.

De acordo com Kroetz (1998:48), a empresa não é um aglomerado de recursos que produz ou transforma bens e os coloca no mercado; ela é, também, um poder que representa uma força sócio-econômico-financeira determinada, com sua força de emprego, de expansão e criatividade que influi na melhor ou pior condição de vida na localidade em que se situa.

O Balanço Social é o demonstrativo que evidencia esses aspectos da relação empresa X sociedade. Ele ainda não é uma demonstração obrigatória por Lei e, por ser algo novo, as empresas não seguem um modelo padrão e algumas ainda nem publicam seus Balanços Sociais.

Diante do exposto, este trabalho monográfico tem como interesse mostrar o Balanço Social e seus respectivos indicadores do corpo funcional, sendo a questão norteadora a seguinte: Fazendo uma análise de toda sua estrutura, qual a importância de todos os indicadores de um Balanço Social, principalmente na parte que diz respeito ao corpo funcional?

1.2 Objetivos

O objetivo geral desta monografia é apresentar a responsabilidade e o balanço social, dando ênfase a estrutura do corpo funcional de uma empresa em um determinado período.

Para se alcançar o objetivo geral, têm-se como objetivos específicos:

- Conceituar Responsabilidade Social nas empresas, mostrando sua evolução;
- apresentar o Balanço Social e Projetos de Lei;
- mostrar quais os indicadores mais comuns do corpo funcional do Balanço Social;
- apresentar a história da empresa escolhida, assim como sua responsabilidade social;

- mostrar os resultados advindos da análise dos indicadores do corpo funcional da empresa escolhida.

1.3 Justificativa

O início do século XX é marcado por manifestações que defendem o comportamento de responsabilidade social. Mas, é somente a partir da década de 60, que a sociedade inicia uma cobrança por maior responsabilidade social das empresas e consolida a necessidade de divulgação dos chamados balanços sociais.

No Brasil, essa forma de pensamento sobre responsabilidades sociais é mais recente. As empresas só passam a ter essa consciência quando percebem que, para segurar seus clientes, é preciso fazer algo que vise ao bem-estar deles e também ao cuidado com o meio em que vivem.

Como as organizações visualizam a responsabilidade social como uma estratégia financeira que pode fazer com que elas se destaquem mais no mercado, além de garantirem sua sobrevivência, começam a levar a sério suas relações com a sociedade, com o meio-ambiente e também com seu corpo funcional.

As empresas atualmente se preocupam com o bem-estar de seus empregados, oferecendo-lhes ótimas condições de higiene e de segurança no trabalho, além de bons salários que possam garantir-lhes uma vida digna e saudável.

As empresas percebem que a satisfação de seus clientes com esse cuidado com o meio-ambiente, com a preocupação de levar conhecimento de dentro das empresas para o público em geral, só contribuem para melhorar sua imagem. Toda essa preocupação com a satisfação pode ser considerada uma estratégia financeira que as organizações utilizam.

Um Balanço Social evidencia toda a preocupação social que a empresa possui, tornando pública a responsabilidade social de uma determinada organização.

Através do Balanço Social, a empresa apresenta informações qualitativas e quantitativas relacionadas com seu desempenho dentro da sociedade, e também, apresenta informações relacionadas às contribuições que está dando para a preservação do meio-ambiente.

Os primeiros balanços sociais são publicados em 1998, no Brasil, pelo que se tem registro, e desde então, cresce o interesse das organizações pela publicação do Balanço Social.

As empresas, que já publicam o Balanço Social, podem ter a consciência de que já contribuem de forma significativa para a transformação do pensamento de outras empresas, no sentido de que todas ou, pelo menos, grande parte delas devem publicar o Balanço Social como uma forma adicional até mesmo de gerenciamento, conhecendo melhor seus funcionários, especificamente, quanto aos Indicadores do Corpo Funcional, que esta pesquisa quer mostrar.

Talvez as empresas que não publicam esse tipo de demonstrativo, pensem que o Balanço Social não passa apenas de um documento supérfluo que lista benefícios que a empresa dá a seus empregados ou que apenas mostra como contribui para o bem de seus cidadãos.

Um Balanço Social não é uma forma de uma organização querer se mostrar superior a outra e sim, uma forma de demonstrar as outras empresas como ele contribui para com a sociedade quando é publicado.

Balanços Sociais, além de representarem a demonstração dos gastos das influências recebidas e transmitidas pelas entidades nas sociedades e de serem um

instrumento de medição que permite conhecer e valorar, em termos quantitativos e qualitativos, os resultados do empenho social, também demonstram com grande clareza, em uma de suas subdivisões, todas as características do corpo funcional de sua empresa.

A necessidade de se conhecer o corpo funcional de uma organização se torna relevante, quando a sociedade e o governo pretendem saber se a empresa está realmente cumprindo o papel dela e dando espaço de trabalho a todos os tipos de pessoas, de todas as cores e classes sociais.

1.4 Metodologia

Quando se têm dúvidas sobre determinado assunto, ou quer-se aprofundar melhor nele, surge a necessidade de se fazer uma pesquisa.

Pesquisando, adquirem-se conhecimentos que podem resolver os problemas com relação ao que se quer saber, ou fornecer uma fundamentação teórica sobre o assunto.

Para realizar uma pesquisa utilizam-se métodos científicos através de bibliografias, estudos de caso, entre outros.

Segundo ZAPELINI (1997, p.39), “o método é a orientação ou técnica da investigação que garante a obtenção de resultados válidos para o trabalho científico.”

O Balanço Social, apesar de ser um assunto novo a ser discutido, é de grande importância, pois é ele que evidencia as responsabilidades sociais de empresas, principalmente neste momento em que a sociedade está cada vez mais

participativa, mais interessada com seu futuro, com o futuro de seus descendentes e deseja saber de que forma as empresas, que as cercam, contribuem para que esse futuro seja o melhor.

A pesquisa feita está sendo apresentada através de um trabalho monográfico. Uma monografia é o desenvolvimento de uma pesquisa realizada por uma pessoa, na qual ela apresenta suas conclusões e os resultados sobre o tema abordado.

A monografia geralmente é caracterizada pela abordagem de um único problema que se deseja resolver ou conhecer mais profundamente.

Este trabalho passa a ser realizado com pesquisa bibliográfica, tanto em revistas, *internet*, quanto em livros. Ele explora o Balanço Social, mostrando como surge ao longo da história, quais seus principais aspectos, dando ênfase às propriedades do corpo funcional, através de uma análise comparativa de dois períodos da empresa O Boticário.

Para a coleta de dados foi utilizado questionário e foi feita uma análise documental.

Nesse sentido, este trabalho utiliza também estudo de caso, que tem por finalidade juntar e avaliar os pontos que se deseja estudar, sendo o mais didático possível e expondo de maneira clara e objetiva para os leitores.

1.5 Limitações da Pesquisa

Não se pretende limitar o assunto com esta pesquisa. A noção de Balanço Social ainda é recente e há muito que se explorar desse assunto. Os indicadores

podem vir a passar por mudanças, e estas serão acrescentadas na estrutura do Balanço.

O Balanço Social, em toda sua estrutura, ainda não é obrigatório por lei. Se a forma de apresentação for muito livre e flexível, o documento pode não cumprir com o seu propósito de expressar objetivamente os resultados do exercício da responsabilidade social.

Este trabalho limita-se ao estudo teórico do que vem a ser um balanço social, de como surgiu e à análise de alguns indicadores do corpo funcional de o Boticário, não tendo sido realizado nenhum estudo prático, ficando por essa razão, um assunto a ser motivo de futuras e de mais profundas pesquisas.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS – EVOLUÇÃO E CONCEITO

Uma empresa que pratica a responsabilidade social de forma correta, pode esperar resultados positivos para si mesma e para a sociedade em que está inserida. A idéia de ser socialmente responsável já existe há muito tempo, mas a prática disso, infelizmente, é bem recente. Nesse sentido, mostrar como surge ao longo do tempo, como evolui e dizer o que realmente significa a responsabilidade social em um meio, se torna parte indispensável deste capítulo.

2.1 Evolução da Responsabilidade Social

Desde 1965, existe uma manifestação de empresas em relação à importância de se demonstrar o envolvimento delas com a sociedade, empregados e meio ambiente.

No início dos anos 60, segundo alguns historiadores, ocorreram pressões sociais em decorrência da participação dos Estados Unidos na Guerra do Vietnã. Os opressores exigiam informações relativas às relações sociais da entidade, dentro e fora dela, fazendo surgir assim, as primeiras informações sociais, que são publicadas junto com o Balanço Patrimonial. (SPINELLI, 2000, p.19)

Mas a idéia de responsabilidade social se populariza na Europa, em meados dos anos 70. Desde essa década, americanos, europeus e latino-americanos, desenvolvem modelos de contabilidade social, auditoria social e balanço social, seguindo interesses, particularidades e culturas próprias.

A partir daí, vão surgindo por parte de várias empresas, modos de demonstrar sua responsabilidade social. Mais precisamente em 1971, a companhia alemã

STEAG produz uma espécie de relatório social, um balanço de suas atividades sociais e, em 1972, a empresa SINGER faz o primeiro Balanço Social da história das empresas.

Em 12 de julho de 1977, na França, é aprovada a Lei 77.769, que torna obrigatória a publicação de balanços sociais por parte das empresas que possuem mais de 700 funcionários. Logo depois, esse número cai para 300 funcionários.

No Brasil, é crescente o número de entidades que revelam preocupações em demonstrar suas ações na área social e ambiental.

As empresas se questionam e refletem sobre a antiga idéia de que o principal objetivo é produzir lucro. As empresas não apenas estão inseridas numa sociedade para poder satisfazer as pessoas com seus produtos e serviços, mas sim, estão ali para ajudar na evolução da sociedade e na preservação de seu meio ambiente.

As relações das empresas com a comunidade tornam-se até uma questão de estratégia financeira e de sobrevivência, quando se pensa em resultados de longo prazo. A responsabilidade social também envolve muito o lado ético e pode desenvolver este lado e o lado humano das organizações.

A responsabilidade social evolui e se desenvolve de acordo com as exigências da sociedade. As pessoas começam a exigir dos administradores uma maior clareza de suas ações junto à comunidade. A sociedade quer ter condições para avaliar a empresa na hora de escolher produtos que vai comprar, não só quanto aos preços, prazos e qualidade, mas principalmente, no que diz respeito à relação entre empresa e sociedade, empresa e meio ambiente e empresa e corpo funcional.

Nota-se que a responsabilidade social de uma organização consiste também em gerar renda e empregos, abrindo assim espaço para os que estão afastados do mercado de trabalho.

Mas a responsabilidade social de uma organização não acaba quando finalmente consegue gerar empregos. Ela continuará intimamente ligada com os empregados da empresa. Nota-se que, quando os empregados estão profissionalmente satisfeitos, eles trabalham com mais vontade e dedicação. Quanto mais satisfeitos estiverem, mais irão produzir.

A satisfação dos assalariados remete diretamente para a atitude a ser tomada pela empresa. A entidade deve oferecer, entre outros itens, ótimas condições de higiene, moradia, segurança no trabalho e bons salários.

Todas essas ações de responsabilidade social estão inseridas dentro da chamada Contabilidade Social, uma das diversas ramificações da Contabilidade e, talvez, a mais recente de todas. Essas ramificações podem ser mais bem visualizadas na Figura 2.1.

Apesar de se ramificar em várias áreas, a entidade é um conjunto e deve sempre buscar o equilíbrio entre os diversos ramos com os objetivos convergidos para uma mesma direção.

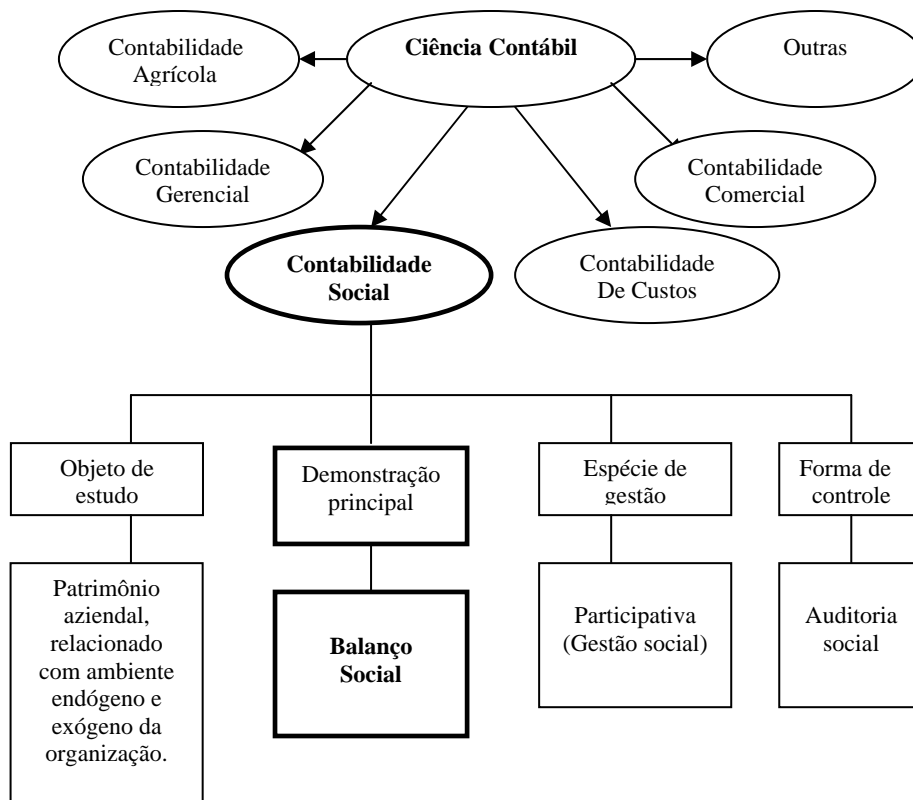


Figura 2.1: Ramificação da Ciência Contábil

Fonte: KROETZ, César Eduardo Stevens *in*: **Balço Social: Teoria e Prática**, Ed. Atlas, São Paulo, 2000, p. 52.

Segundo KROETZ (2000, p.53), "... a Contabilidade Social [...] pode ser compreendida como uma parte da ciência contábil que procura estudar os impactos dos fenômenos patrimoniais nas entidades [...], na sociedade e no meio ambiente".

A Contabilidade Social busca, antes de qualquer coisa, a verdade sobre os resultados da aplicação da riqueza na sociedade e meio ambiente.

A Contabilidade Social pode ser definida como:

[...] uma técnica, similar às dos sistemas convencionais de contabilidade, que se propõe a apresentar uma síntese de informações, cifradas em unidades monetárias, sobre os vários tipos de transações econômicas que se verificaram, em determinado período de tempo, entre os diversos setores e agentes do sistema econômico de um país. (ROSSETTI, 1986, p. 20)

2.2 Conceitos de Responsabilidade Social

Não é tão simples como se pensa responder à pergunta de o que vem a ser Responsabilidade Social. É um conceito novo e que ainda requer vários estudos aprofundados e também mudanças na mente da sociedade.

Pode-se dizer que a Responsabilidade Social de uma empresa acontece quando ela se compromete com a sociedade no que diz respeito ao bem-estar social, ações favoráveis ao desenvolvimento da mesma e políticas ambientais.

Também existe o comprometimento da entidade com seus funcionários, como investimento no bem-estar deles e de seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES, 2000), desenvolveu alguns estudos chamados de “Empresas, Responsabilidade Corporativa e Investimento Social” e “Balanço Social e Outros Aspectos da Responsabilidade Social Corporativa”. Esses estudos mostram que:

[...] a responsabilidade social corporativa, ou cidadania empresarial, como também é chamada, enfatiza o impacto das atividades das empresas para os agentes com os quais interagem: empregados, fornecedores, clientes, consumidores, colaboradores, investidores, competidores, governos e comunidades. [...]

Dependendo da empresa e de seu objetivo, podem existir diferentes tipos de responsabilidade social. Se a empresa achar que, resolvendo os problemas de uma sociedade, não vai levar vantagem alguma, ela não quererá praticar a responsabilidade social.

Ter responsabilidade social não quer dizer ter que seguir leis ou normas. Ser responsável socialmente quer dizer que a empresa tem de ir ao encontro de interesses de empregados e clientes.

A responsabilidade social empresarial é a forma de gerir os negócios de modo que a empresa se torne co-responsável pelo desenvolvimento social.

No plano nacional, a injustiça nacional é considerada um mal: nas empresas, a inadaptação aos trabalhos e as expectativas dos indivíduos provocam reivindicações, que desembocam no novo estado de coisas. É a responsabilidade social e pública da empresa aflorando. (TINOCO, 2000,p.23)

Ter responsabilidade social é incorporar valores éticos ao processo de decisões no trabalho, cumprir a legislação e respeitar as pessoas, as comunidades e o meio ambiente.

Herbert de Souza (Betinho,1996) lançou campanhas para uma maior participação de empresários quanto às melhorias de vida da população e em tentativas de superar a pobreza.

Segundo KROETZ (1998): “A sociedade sempre esperou da Ciência Contábil sua parcela de comprometimento com a busca do bem-estar social”.

A busca do bem-estar social se traduz nas ações das empresas ligadas à busca da melhoria do padrão de vida de seus usuários, tanto internos como externos e na constante luta pela preservação do meio ambiente. Todos os resultados das ações sociais e ambientais estão inseridos em uma demonstração recente, mas muito importante da área contábil, que é o Balanço Social e que será mais bem discutido no capítulo 3.

3 BALANÇO SOCIAL

Falar sobre responsabilidade social implica em falar sobre um elemento necessário a sua publicidade. É o Balanço Social que torna pública a responsabilidade social de uma organização. É ele que mostra para a sociedade as ações de uma empresa na área social. Para entendê-lo melhor, é preciso estudar sua evolução e suas características.

3.1 Histórico e Evolução do Balanço Social

No início, o principal e praticamente único usuário da Contabilidade era o proprietário de um negócio. Tudo era elaborado para ele e em função dele.

Com o desenvolvimento tecnológico e social, as pessoas começam a fazer exigências quanto às informações sobre o que determinada empresa faz a favor da sociedade e do meio ambiente em que estão inseridas.

Assim, surge a necessidade de as empresas dedicarem suas ações e atenções não somente ao seu sucesso, às normas legais, mas sim ao bem-estar da sociedade e a preocupação com o meio ambiente. Para isso, as organizações tiveram de aumentar as informações que forneciam, adicionando as sociais, principalmente as relativas a empregos, que inicialmente foram reivindicados pelos empregados.

A mão-de-obra, ao lado do capital, constitui uma fonte de riqueza que começa a receber grande destaque na Europa, na segunda metade do século XX, e induz as

empresas a prestarem contas sobre ela. Começa, então, um movimento que procura dar à mão-de-obra igual destaque ao que é dado ao capital.

O balanço social pode ter sido o resultado dessas várias pressões sociais que tinham como objetivo principal o de melhorar a relação entre sociedade e entidade.

Não é possível localizar na história um momento preciso que determine a origem do Balanço Social. Percebe-se uma evolução de relatórios que continham informações e dados a respeito de funcionários, como também sobre atividades sociais praticadas pelas empresas.

Em 1972, a empresa Singer France fez seu primeiro balanço sócio-econômico e, a partir de 1973, responsáveis por empresas começam a querer saber sobre indicadores sociais e informação social.

A primeira Lei que obriga a publicação de balanço social vem da França e é instituída em 1977. É a Lei 77.769 (também conhecida como Rapport Sudreau, posta em prática em 1979), que torna obrigatória a elaboração de Balanços Sociais para as empresas.

Na Europa, o objetivo do balanço social era voltado para a solidariedade econômica do bloco europeu em formação e procurava enfatizar aspectos humanos e sociais, igualando-os com os aspectos econômicos e comerciais.

Portugueses também aderem ao Balanço Social, que se torna obrigatório com a regulação expressa na Lei 141/85, de 14 de novembro de 1985. Essa Lei possuía características como ser obrigatório para todas as empresas públicas e para todas as privadas com mais de 100 empregados e possuir informações relacionadas, principalmente, à área de recursos humanos.

Algumas empresas que publicam o Balanço Social pelo mundo podem ser citadas: na Alemanha, a Shell; na França, a Renault; nos EUA, a Exxon; entre outras.

As informações inicialmente são voltadas ao corpo funcional das empresas. Somente mais tarde, é que tais informações evoluíram, abrangendo, ainda que bem pouco, questões comunitárias e ambientais.

No Brasil, a idéia de publicar uma espécie de balanço social é notada com a “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil).

A partir dessa Carta, já se podem observar mudanças quanto à preocupação das empresas com o meio em que estão inseridas.

Nos anos 70, o professor Ernesto Lima Gonçalves, enfoca o tema “Balanço Social” em seus trabalhos e seminários, publicando, em 1980, um livro sobre o Balanço Social na Empresa.

O primeiro documento brasileiro que leva o nome de Balanço Social é publicado em 1984, pela empresa estatal Nitrofértil. Nesse mesmo período, o Sistema Telebrás também preparava seu Balanço Social, publicando o mesmo em meados dos anos 80.

As preocupações de divulgar em balanços e relatórios sociais as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários, começaram a surgir mais intensamente, no Brasil, somente a partir do início dos anos 90.

Várias empresas começam a tornar público seu envolvimento com a sociedade e a sociedade se preocupa, cada vez mais, com as ações das empresas.

Em 1991, o senador Valmor Campelo encaminha ao Congresso um anteprojeto que propõe a publicação do Balanço Social e que foi votado no Senado, mas não foi aprovado na Câmara dos Deputados.

Para a publicação do Balanço Social no Brasil, não existe um modelo único. Sua publicação não é obrigatória, mas a maioria das empresas já a está incluindo em seus relatórios, pois percebe que as boas práticas em relação aos seus clientes, empregados e meio ambiente, ajudam a melhorar sua imagem, aumentar a procura pelos seus produtos ou serviços, motivar seus funcionários e atrair investidores.

Existe um Instituto no Brasil, que é o Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas – o IBASE – que lida com a conscientização de empresários no que diz respeito à importância de um balanço social ser publicado.

O IBASE propõe um modelo de Balanço Social, que é utilizado por várias empresas e que contribui grandemente para a publicação da responsabilidade social de uma organização.

O principal promotor dessa recente e grandiosa campanha de conscientização das organizações, talvez tenha sido Herbert de Souza (Betinho, 1935-1997). Foi ele quem sempre lutou de forma inesgotável para a implantação de um balanço social, junto ao IBASE, que foi fundado por ele.

Betinho defendia que:

O Balanço Social atende a todos. Para os dirigentes, oferece os elementos essenciais para as decisões sobre programas e responsabilidades sociais que a empresa venha a desenvolver. Os empregados têm a garantia de que as expectativas cheguem até os patrões de uma maneira sistematizada e quantificada. Os fornecedores e investidores passam a conhecer a maneira como a empresa encara responsabilidades em relação ao quadro humano, [...].

Herbert de Souza criou a expressão “empresa pública e cidadã”, num artigo publicado na Folha de São Paulo, em 26 de março de 1997. Nesse artigo, ele procurava chamar a atenção dos cidadãos quanto à necessidade de implantação do Balanço Social no Brasil. A Figura 3.1 nos mostra a porcentagem de empresas que utilizam o modelo do IBASE de Balanço Social.

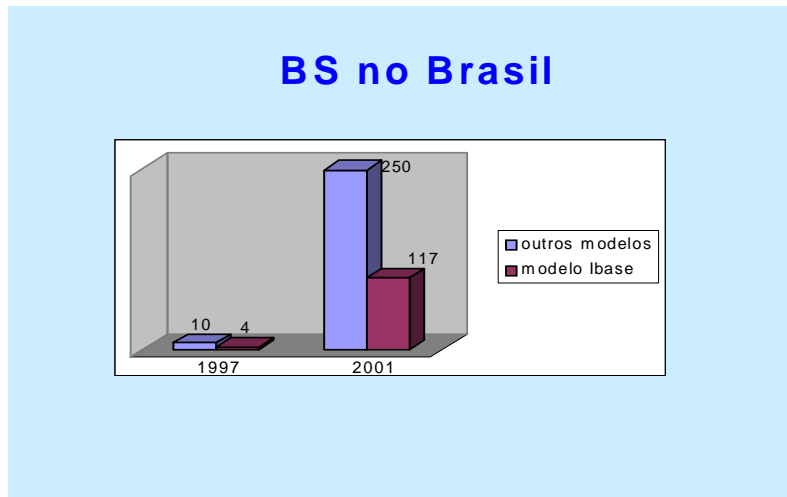


FIGURA 3.1: Balanço Social no Brasil

Fonte: www.emarketgroup.com.br

3.1.1 Objetivos do Balanço Social

O objetivo da Contabilidade é fornecer aos seus usuários informações de cunho financeiro, econômico e patrimonial, deixando de lado o atendimento a usuários interessados em saber sobre os aspectos sociais e ecológicos.

Sendo uma ciência que estuda a situação do patrimônio das entidades e o desempenho econômico-financeiro das mesmas, a Contabilidade possui os instrumentos necessários para contribuir com o nível de responsabilidade social dos agentes econômicos. Esses instrumentos se traduzem no Balanço Social.

As empresas se preocupam em evidenciar que seu objetivo não é simplesmente gerar lucros para os seus sócios e acionistas. A sociedade vive de acordo com os benefícios que as empresas oferecem a ela e, às vezes, também se prejudicam por causa dos mesmos.

Algumas ações econômicas de empresas não respondem aos desejos de seus usuários. Estes se tornam cada vez mais exigentes. Não ficam apenas esperando por alguma ação social por parte da empresa e sim, passam a cobrar essas ações, começam a questionar o porquê de não estarem sendo realizadas, quais os benefícios que trarão para a sociedade em que estão inseridos e para o próprio meio ambiente.

E é o Balanço Social que irá ajudar as empresas a colocarem no papel essas preocupações sociais. Ele possui informações que permitem ao usuário externo avaliar a profundidade e a qualidade da atuação social de uma entidade, como o número de empregados no início e final do período, dispêndios com os trabalhadores relativos à assistência médica, alimentação, treinamento, dispêndio com a preservação ambiental, contribuições para entidades beneficentes, atividades culturais e várias outras coisas, que englobem a sociedade como um todo.

O Balanço Social também serve como base para o planejamento governamental, uma vez que, por meio das informações contidas em sua estrutura, é possível identificar as áreas onde as entidades privadas têm atuado, bem como fiscalizar suas ações nas áreas sociais e ambientais.

A idéia de Balanço Social começa a vir com mais força quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lança em junho de 1997, uma campanha pela divulgação voluntária do balanço social. Com a participação e o apoio de líderes governamentais e empresariais, a campanha emplacou e hoje é alvo de discussões em todos os lugares.

De acordo com o Ibase, deve-se publicar o Balanço Social, pois é um ato ético, agrega valores, diminui riscos, é uma valiosa ferramenta para a empresa medir e divulgar o exercício da responsabilidade social em seus empreendimentos e

também porque, por ser uma publicação nova, muda aquela visão antiga de que a população não se preocupa com as ações sociais das empresas que a cercam.

O Balanço Social pode ser entendido como uma nova e eficiente forma de publicidade para as empresas. Ele deve conter, entre outras coisas, informações sobre sua política de empregos, remunerações, condições de trabalho e higiene de seus empregados, além de informações sobre a vida externa, ou seja, como contribui também para a vida social e ambiental de seus usuários.

Kroetz (2000, p.82), ao citar Carvalho, diz que o Balanço Social possui alguns limites (Figura 3.2), tais como:

- Privacidade, mostrando que todas as informações publicadas devem ter a permissão das partes interessadas;
- sigilo, defendendo que o Balanço Social não deve apresentar informações que sejam essenciais para a organização;
- subjetividade, com a retratação apenas de informações absolutamente verdadeiras;
- uniformidade, fazendo com que a empresa opte por apenas uma forma de apresentar seu Balanço Social, para que não haja erros de interpretação;
- utilidade, para que as informações publicadas no Balanço sejam realmente de qualidade e de importância, e
- economicidade, mostrando que este tipo de demonstração não gere gastos absurdos.

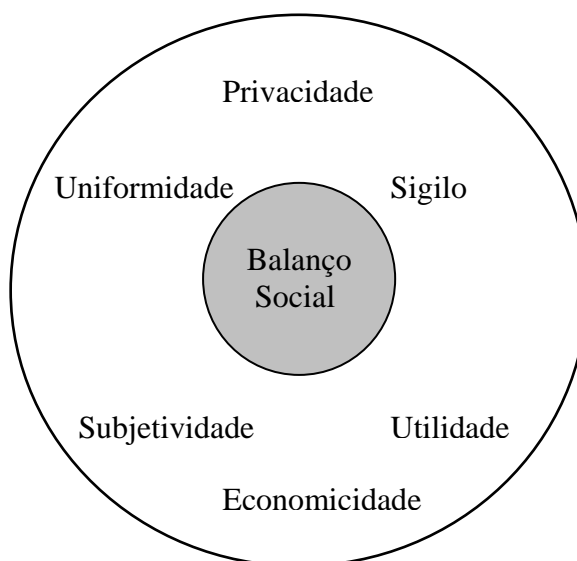


Figura 3.2: Limites do Balanço Social

Fonte: KROETZ, César Eduardo Stevens *in*: **Balanço Social: Teoria e Prática**, Ed. Atlas, São Paulo, 2000, p. 83.

O objetivo principal de quem atua na área social deve ser a diminuição da pobreza e das injustiças sociais, através da construção de uma cidadania empresarial.

Assim, o Balanço Social torna-se uma ferramenta que permite tanto uma auto-análise da empresa, como um estímulo reanimador das interações com os clientes, tanto internos, como externos. É um meio importante à disposição da empresa para responder às exigências da sociedade.

3.2 Projetos de Lei

Existem alguns projetos de Lei que visam estabelecer a obrigatoriedade da publicação do Balanço Social.

Primeiramente, na Esfera Federal, tem-se o Projeto de Lei (PL) 3.116/97, apresentado por Marta Suplicy e outras duas deputadas (Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, que terminaram seus mandatos em 31 de janeiro de 1998). Esse Projeto criava e tornava obrigatório o Balanço Social para todas as empresas públicas e para as empresas privadas com 100 ou mais empregados. Esse PL chegou até a Comissão do Trabalho, Administração e Serviço Público da Câmara dos Deputados em 19/06/1997 e foi arquivado em 01/02/1998 (Anexo C).

Outro Projeto de Lei é o de nº 0032 de 1999, que tramita atualmente na Câmara dos Deputados. Este PL é do deputado Paulo Rocha e foi apresentado no dia 03 de fevereiro de 1999. Ele é a rerepresentação do PL da deputada Marta Suplicy e visa à criação do Balanço Social.

Na Esfera Estadual, existe um Projeto sobre Responsabilidade Social, que tornou-se Lei, no Rio Grande do Sul, de autoria do deputado estadual César Buzatto. É a Lei nº 11.440, de 18 de janeiro de 2000, que institui o Balanço Social para empresas estabelecidas no estado do Rio Grande do Sul (Anexo B).

Na Esfera Municipal, também se podem encontrar alguns projetos de Lei, principalmente, no município de São Paulo/SP (resolução nº 005/98), no município de Santo André/SP (PL 004/97, que se tornou a Lei nº 7.672, de 18 de junho de 1998), no município de Porto Alegre/RS (Lei nº 8.118/98, sancionada em 05 de janeiro de 1998 e publicada em 09 de janeiro de 1998), entre outros.

Além desses Projetos de Lei, existe a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), que elaborou um Projeto que, hoje, transita no Congresso Nacional e que prevê alterações e inovações nas informações divulgadas por sociedades anônimas e limitadas. A divulgação do Balanço Social aparece como uma das obrigatoriedades para as empresas de grande porte com faturamento anual acima de R\$ 150.000.000,00 (Cento e cinquenta milhões de reais) e ativos de mais de R\$ 120.000.000,00 (Cento e vinte milhões de reais).

Esse Projeto de Lei da CVM também obriga a elaboração da DVA – Demonstração do Valor Adicionado, que é uma demonstração que apresenta o conjunto de dados reveladores da riqueza gerada pela entidade em um período.

3.2.1 Demonstração do Valor Adicionado

Esta demonstração é a diferença entre recursos consumidos, adquiridos de terceiros e o que ela produziu. Demonstra também a distribuição da riqueza gerada para empregados, governo, sócios etc.

Na primeira parte da DVA, é apresentada a geração do valor adicionado e, na segunda parte desta demonstração, são expostas as distribuições desse valor adicionado.

Algumas empresas já chegaram a publicar a DVA no Brasil, como é o caso das empresas Telebrás em 1990, da CMTC de São Paulo em 1991 e do Banespa em 1992.

Existe um modelo de Demonstração do Valor Adicionado, apresentado por Santos e elaborado pela Fipecafi, que possui instruções e formas de preenchimento e que pode ser mais bem visualizado na Figura 3.3.

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO		
EMPRESA:	Em milhares de reais	
DESCRIÇÃO	Pela Legislação Societária	Em Moeda Constante
1. RECEITAS		
1.1 Vendas de mercadorias, produtos e serviços		
1.2 Provisão para devedores duvidosos - Reversão/ (constituição)		
1.3 Não operacionais		
2. INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (Incluem os valores dos impostos – ICMS e IPI)		
2.1 Matérias-primas consumidas		
2.2 Custos das mercadorias e serviços vendidos		
2.3 Materiais, energia, serviços de terceiros e outros		
2.4 Perda/recuperação de valores ativos		
3. VALOR ADICIONADO BRUTO (1-2)		
4. RETENÇÕES		
4.1 Depreciação, amortização e exaustão		
5. VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (3-4)		
6. VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA		
6.1 Resultado de equivalência patrimonial		
6.2 receitas financeiras		
7. VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (5+6)		
8. DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO		
8.1 Pessoal e encargos		
8.2 Impostos, taxas e contribuições		
8.3 Juros e aluguéis		
8.4 Juros sobre capital próprio e dividendos		
8.5 Lucros retidos/prejuízo do exercício		

Figura 3.3: Modelo de Demonstração do Valor Adicionado - Fipecafi.

Fonte: TINOCO, João Eduardo P. **Balanço Social: Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações**. Ed. Atlas, São Paulo, 2001.

O preenchimento é feito com as informações tiradas da Contabilidade e deve respeitar o princípio de competência.

4 INDICADORES DO BALANÇO SOCIAL

4.1 Indicadores de um Balanço Social

Um Balanço é composto por um conjunto de informações, que irão mostrar todas as ações de uma organização. Na parte externa à entidade, o Balanço deve dar informações sobre as ações da organização em relação à sociedade e ao meio ambiente em que está inserida, como investimentos em saúde, educação, cultura, meio ambiente.

Já na parte interna da entidade, o Balanço Social procura evidenciar aquilo que diz respeito ao seu corpo funcional como qualidade de vida no trabalho, treinamentos, segurança, educação, alimentação.

Essas informações, tanto externas quanto internas, são chamadas de indicadores do balanço social.

Como se sabe que não existe uma Lei que obrigue a publicação do balanço no Brasil, cada empresa que o divulga, mostra apenas aquilo que acha necessário para o entendimento da sociedade, ficando difícil de se saber ao certo quais os verdadeiros indicadores de um balanço social.

Esse tipo de balanço propicia uma grande rede de opções, podendo, de acordo com as informações publicadas pela empresa, gerar inúmeros conhecimentos para usuários internos e externos.

De acordo com Kroetz, é possível se construir uma matriz para analisar as possibilidades e os limites de alguns indicadores que compõem os Balanços Sociais.

Para Kroetz (2000, p. 130): “A matriz propõe o estudo isolado de alguns indicadores encontrados nos Balanços Sociais, buscando demonstrar suas possibilidades e seus limites, ou seja, como e qual a intenção de divulgar tais informações e até onde elas poderão estender-se”.

Os indicadores, quando divulgados, podem trazer tanto influências favoráveis como desfavoráveis para uma determinada organização.

Quanto às influências favoráveis, pode-se verificar a política salarial, treinamentos, educação, escolaridade, satisfação, programas de higiene, investimento em cultura, esportes, meio ambiente.

As influências desfavoráveis são aquelas que podem vir a trazer prejuízos para uma organização. São os índices de doenças apresentados naquela organização, demissões, falta de higiene, segurança, desemprego, danos ambientais, falta de investimento em cultura, esportes, lazer.

Esses indicadores são visualizados através da Figura 4.1.

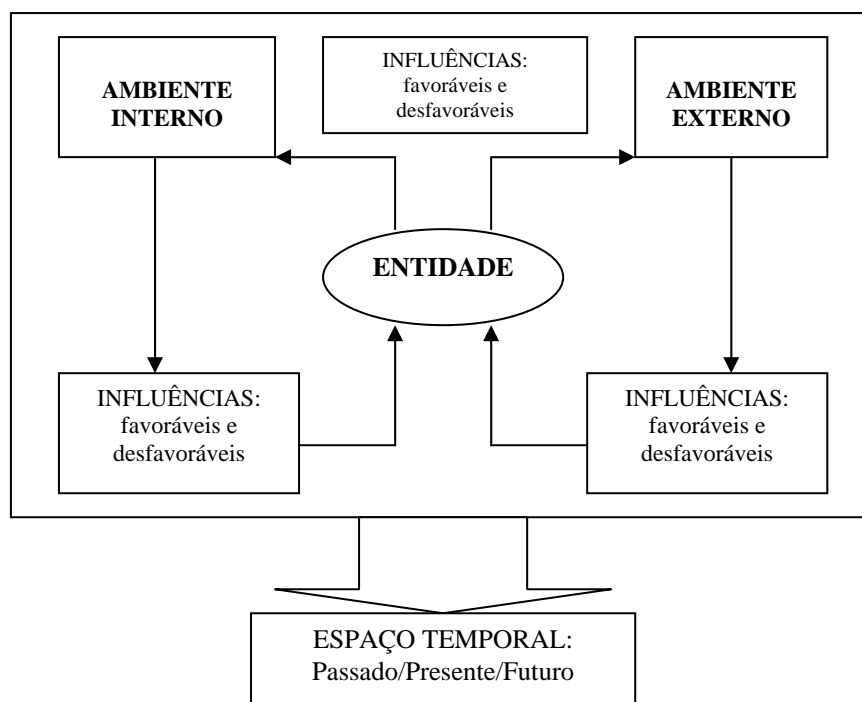


Figura 4.1: Conjunto de Indicadores que Compõe o Balanço Social

Fonte: KROETZ, César Eduardo S. **Balanço Social: Teoria e Prática**, Ed. Atlas, São Paulo, 2000.

É imenso o número de indicadores existentes. Eles podem ser tanto de ordem qualitativa quanto de ordem quantitativa.

Os indicadores de ordem quantitativa são aqueles de caráter econômico, que mostram a relação entre salários pagos e valor adicionado, produtividade social, relação entre salários e receita bruta, carga tributária etc.

Já os indicadores de ordem qualitativa, ou indicadores sociais, podem ser definidos como aqueles que mostram a política social da empresa em relação a seus empregados, sociedade e meio ambiente.

Existem ainda os indicadores do corpo funcional, que mostram o quadro dos trabalhadores de determinada organização.

A esses últimos é dada maior atenção no corpo deste trabalho, mostrando quais são, o que significam e de que forma interferem dentro da organização.

4.1.1 Indicadores Sociais e Indicadores do Corpo Funcional do Balanço Social

Como a função principal de um balanço social é tornar pública a responsabilidade social de uma organização, uma parte que seria indispensável para este tipo de balanço pode ser a parte que comporta os indicadores sociais e os indicadores do corpo funcional.

Esses indicadores mostram dados sobre empregados da empresa, que permitem ao usuário externo avaliar a política que a empresa utiliza na hora da contratação do pessoal e o que ela faz para o bem-estar dos mesmos.

Através desses indicadores, é possível tomar conhecimento sobre praticamente todas as informações relativas a esse ser tão importante para uma organização - o empregado.

Os indicadores sociais podem ser entendidos como aqueles que mostram as características de uma sociedade, que mostram o que a empresa realiza para contribuir com essa sociedade. Esses indicadores demonstram os investimentos na cidadania, educação, saúde, cultura, meio ambiente, entre outros.

De acordo com o IBGE, indicadores sociais são:

[...] estatísticas sobre aspectos da vida de uma nação que, em conjunto, retratam o estado social dessa nação e permitem conhecer o seu nível de desenvolvimento social. [...] para que tenham sentido, é preciso que sejam vistos uns em relação aos outros, como elementos de um mesmo conjunto.

Saber quais indicadores escolher para apresentar em um Balanço Social é uma tarefa muito difícil e vai variar de empresa para empresa. Cada uma mostra o que achar de mais importante naquele momento, o que mais achar que convém aos seus usuários.

O foco principal deste capítulo, bem como desta monografia, porém, são os indicadores do corpo funcional.

Os indicadores do corpo funcional apresentam e quantificam o pessoal de uma organização. Eles, se publicados todo ano, permitem à sociedade acompanhar e analisar a evolução da política de recursos humanos utilizada.

O momento mais apropriado para se quantificar é o momento do encerramento do exercício contábil, que geralmente é no dia 31 de dezembro de cada ano.

Existem, no corpo funcional, vários indicadores. Os mais comuns são:

- Número de empregados ao final de um período;

- cargos ocupados, segundo a categoria profissional e sexo;
- número de admissões durante o período;
- número de estagiários;
- cargos ocupados, segundo a idade;
- estado civil;
- número de negros e índios que trabalham na empresa;
- número de cargos de chefia ocupados por negros;
- número de mulheres;
- número de cargos de chefia ocupados por mulheres;
- número de empregados portadores de deficiência.

O modelo do IBASE mostra vários desses indicadores do corpo funcional e pode ser melhor visualizado através da Figura 4.2, que mostra tais indicadores e seus respectivos preenchimentos nos anos de 1999 e 2000.

5. INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL	2000	1999
Nº de empregados ao final do período	47	42
Nº de admissões durante o período	5	0
Nº de prestadores de serviços	77	86
Nº de empregados acima de 45	13	10
Nº de mulheres que trabalham na instituição	31	27
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	50%	45%
Idade média das mulheres em cargo de chefia	44	46
Salário médio das mulheres que trabalham na instituição	2.023	1.811
% de cargos de chefia ocupados por homens	50%	55%
Idade média dos homens em cargo de chefia	50	49
Salário médio dos homens que trabalham na instituição	2.921	2.574
% de cargos de chefia ocupados por negros	10%	11%
Salário médio dos negros que trabalham na instituição	1.511	1.344
Nº de negros que trabalham na instituição	18	17
Salário médio dos brancos que trabalham na instituição	2.836	2.585
Nº de brancos que trabalham na instituição	29	25
Nº de voluntário/colaboradores/cooperantes	70	70
Nº de estagiários	6	6
Nº de empregados portadores de necessidades especiais	0	0

Figura 4.2: Indicadores do corpo funcional de 1999 e 2000 do IBASE

Fonte: IBASE – <http://www.ibase.org.br>

As informações sobre sexo e idade são de elevada importância para alguns analistas. Algumas pessoas vêem isso como uma competição. Ou os mais antigos ou os mais jovens podem levar vantagem. Numa empresa que esteja extremamente ligada à *Internet*, na maioria das vezes, são os jovens que irão levar vantagem, já que eles vêm crescendo junto a esta nova era da informática.

O indicador sobre estagiários permite verificar se a empresa contribui para que estudantes possam, desde cedo ingressar no mercado de trabalho, desfrutando também dos benefícios que a empresa oferece a seus funcionários.

O número de empregados ao final do período pode mostrar, comparando com o Balanço do ano anterior, se a organização abre vagas para ingresso no seu corpo de trabalho.

Um indicador importantíssimo e muito comentado recentemente é o que diz respeito ao número de negros na empresa. Os clientes mais exigentes usam essa informação para verem se a política empregatícia discrimina pessoas, se se importa com cor, raça ou até mesmo religião.

Esses indicadores do corpo funcional permitem ao usuário externo avaliar a profundidade e a qualidade de sua atuação social. Através deles, podem-se comparar as empresas e avaliar qual delas cumpre com maior intensidade seu papel social. Isto atrai investidores e clientes que, pensando em seu futuro e de seus descendentes, escolhem aquelas empresas que mais benefícios oferecem.

5 ANÁLISE DOS INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL NA EMPRESA ESTUDADA

Para relacionar o estudo dos indicadores do corpo funcional com sua devida aplicação na realidade, torna-se parte indispensável deste trabalho mostrar uma análise concreta de uma empresa. A escolhida foi a empresa O Boticário, que possui uma grande história de responsabilidade social.

Este capítulo mostra a história dessa empresa, destacando sua responsabilidade social e comparando seus indicadores do corpo funcional, assim como faz uma análise dos mesmos. Os dados são coletados através de *e-mail* enviado à empresa, conforme apêndice, sendo o mesmo respondido por ela.

5.1 A História da Empresa O Boticário

O Boticário surge como uma pequena farmácia de manipulação no centro de Curitiba, em março de 1977. A empresa mostra preocupação com a qualidade dos seus produtos e quer servir muito bem aos seus clientes.

A partir daquela farmácia, surge o complexo industrial e comercial conhecido hoje, em todo Brasil e em quase todo o mundo, como O Boticário.

A primeira loja O Boticário nasce no Aeroporto Afonso Pena, onde estabelece as bases de franquias, devido ao grande número de viajantes, que distribuem seus produtos em outros locais do país.

A primeira fábrica é fundada em São José dos Pinhais, no Paraná, em 1982,

com uma área de 950 m² para a indústria e com 50 m² de escritório.

Sua sede continua em São José dos Pinhais, mas com um terreno de 132.000 m², com 36.000 m² de área construída. O Boticário, atualmente, possui 2.077 lojas em todo o Brasil e 70 no exterior.

Apesar de ter se expandido, O Boticário não deixa de lado sua preocupação com o cidadão. É uma empresa que cresce há vinte e cinco anos e que tem sempre ações voltadas para atender ao cliente. Possui programas de proteção à natureza, geração de empregos, cultura, educação.

O Boticário tem um privilégio, que é o de ser considerado *marca notória* no Brasil. Esse privilégio foi dado a pouco mais de 50 empresas.

A prefeitura da cidade, onde se localiza O Boticário, o SESI, outros órgãos e a própria empresa fazem parceria com o objetivo de promover programas sociais e participativos voltados à comunidade local.

O Boticário tem como referências, no modelo de gestão, critérios do Prêmio Nacional da Qualidade (PNQ), que integra normas internacionais para a gestão da qualidade, do meio ambiente, da responsabilidade social, segurança e saúde no trabalho.

Pode-se observar através da Figura 5.1, o modelo de gestão do Boticário com seus principais fundamentos, que são o comprometimento da alta direção, visão de futuro de longo alcance, gestão centrada nos clientes, responsabilidade social, valorização das pessoas, gestão baseada em processos e informações, foco nos resultados, ação pró-ativa, resposta rápida e aprendizado.



Figura 5.1: Modelo de Gestão do Boticário

Fonte: Dados Pesquisados (Boticário, 2002).

A principal característica deste modelo é a forma de interagir com harmonia e sincronização. A liderança desenvolve suas estratégias e ações que são implantadas através da integração de pessoas, processos e tecnologia. É a integração que gera conhecimento e que também inova, resultando na inteligência competitiva que leva à obtenção de ótimos resultados de desempenho, garantindo o sucesso do negócio.

O Boticário se encontra na indústria, com a administração de franquias, no comércio, com rede de lojas próprias e na prestação de serviços. Seu organograma, como pode ser visto na Figura 5.2, é composto de cinco níveis hierárquicos, como alta direção, diretoria, gerência, coordenação e administrativo.



Figura 5.2: Organograma do Boticário
Fonte: Dados Pesquisados (Boticário, 2002).

Esses níveis compõem as atuações estratégica, tática e operacional. Para complementar essas atividades, o grupo congrega, ainda, a Fundação O Boticário de Proteção a Natureza, a Associação dos Funcionários e uma entidade de previdência privada.

5.2 Responsabilidade Social da Empresa O Boticário

A empresa, em suas ações éticas, estabelece estratégias que integram as dimensões social, econômica e ambiental.

Sua responsabilidade é a de promover a cidadania e a de assegurar que o crescimento do seu negócio não tenha reflexos negativos no desenvolvimento social. Ela respeita o direito à vida e adota uma postura preventiva relacionada com os desafios que a natureza propõe.

Para proteger a natureza, O Boticário tem sua política de meio ambiente voltada a atender às leis, procurando minimizar os impactos ambientais causados por suas atividades.

Suas ações de responsabilidade social são sempre comunicadas à rede de relações da empresa e procuram sempre conscientizar, educar e mobilizar seus parceiros para que eles se comprometam também a praticá-las.

A empresa tem o compromisso de capacitar seus profissionais, de aprimorar a tecnologia de seus equipamentos, a excelência de seus produtos e, principalmente, de buscar continuamente a satisfação de seus clientes.

Todo esse compromisso social gera, para O Boticário, um ambiente de trabalho saudável e produtivo, com profissionais que se orgulham da marca e do conceito empresarial de que fazem parte, de que ajudaram a construir.

Vários prêmios já foram entregues a essa empresa, tendo, para fins desta monografia como mais importantes o *Selo de Qualidade 2001* (Comissão de Ética da ABF), *Prêmio Projeto Social*, *Top Social* (Projeto Crescer, desenvolvido com jovens aprendizes de São José dos Pinhais – PR), *Casen* (serviços prestados à comunidade, Conselho da Ação Social Empresarial), *Empresa Cidadã* (Instituto

Marketing de Negócios) e Líder Social (Miguel Kringsner, Fundação Ashoka / Instituto Ethos).

O Boticário deixa seus funcionários à vontade para exporem as idéias que possam surgir, facilitando seus acessos à liderança. O clima de trabalho é ainda mais intensificado pela descontração, informalidade e beleza do ambiente, assim também como a própria localização da empresa, em região de qualidade de vida e segurança.

Em relação aos salários, estes são sempre pesquisados, para poderem se manter sempre competitivos no que diz respeito ao mercado. Ao salário são acrescentados benefícios, vantagens e uma participação nos resultados da empresa. Também possui um plano de previdência complementar, que está aberto a todos os colaboradores, para incentivar a poupança e garantir uma renda futura.

O Boticário possui um Sistema de Educação Continuada, que garante a seus colaboradores meios para construírem seu progresso pessoal, social e profissional.

A empresa quer cada vez mais ser reconhecida e percebida por clientes, não apenas pela sua marca, mas por ser uma instituição que procura sempre promover a vida dos cidadãos, das comunidades e até dos países onde atua.

Ele estabelece com as pessoas uma relação bem próxima para poder entender realmente suas necessidades e anseios, vivendo seus problemas e participando de suas lutas. Isso resulta em uma ação transformadora que motiva outras empresas, empresários e cidadãos a trabalharem na construção de um Brasil e de um mundo melhor.

5.3 Uma Breve Análise dos Indicadores do Corpo Funcional do Boticário

A empresa O Boticário procura sempre otimizar seus indicadores do corpo funcional através de várias ações e programas. A empresa procura um alto nível de satisfação interna para obter um alto desenvolvimento e integração.

Seu planejamento estratégico prevê o envolvimento dos empregados na gestão. Ele envolve os cinco níveis hierárquicos da organização e está constantemente evoluindo devido ao sistema de avaliação contínuo e sistemático, que em seu último ciclo alcançou um índice de satisfação superior a 90%.

Um dos indicadores do corpo funcional é o número de mulheres e de homens que trabalham na organização. No caso da empresa O Boticário, o número de mulheres no final do período de 2001 foi de 778 (setecentos e setenta e oito), representando uma participação de 62% (sessenta e dois por cento) na organização. O número de homens que trabalham na empresa foi de 477 (quatrocentos e setenta e sete) ao final do mesmo período e representou um percentual de 38% (trinta e oito por cento) referente à participação dos homens na mesma.

Na parte da indústria, no final do período de 2000, havia 501 (quinhentos e uma) mulheres, enquanto ao final de 2001, este número havia crescido para 514 (quinhentos e quatorze) mulheres.

Outro indicador que o Balanço Social de 2001 mostra são os cargos de diretoria e gerência da empresa. No final do exercício de 2001, as mulheres ocupavam 51% (cinquenta e um por cento) dos cargos de gerência, enquanto os homens ocupavam 60% (sessenta por cento) dos cargos de diretoria.

No final do ano de 2000, havia 19 (dezenove) cargos de chefia ocupados por mulheres, aumentando esse número para 27 (vinte e sete), no final do ano de 2001,

ou seja, quase 70% (setenta por cento) a mais de mulheres ocupando cargos de chefia.

Existe um indicador, que não é muito comum de se ver em Balanços Sociais, mas que é muito importante sua divulgação. É um indicador que diz respeito ao nível de escolaridade dos funcionários da organização. No caso do Boticário, existem esses percentuais, melhor visualizados na Figura 5.3.

Escolaridade	%
1º Grau	6%
2º Grau	55%
Superior	33%
Pós-graduação	6%

Figura 5.3: Indicadores de Escolaridade dos funcionários

Fonte: Dados Pesquisados (Boticário, 2002).

Esses indicadores da escolaridade permitem verificar o nível de alfabetização de seus funcionários. Vê-se que a maior concentração das pessoas se encontra no nível de 2º grau de escolaridade, ficando o nível superior em segundo lugar e o nível de 1º grau em último.

Outra análise, que pode ser feita quanto aos dados fornecidos pela empresa, é a da idade e do tempo de serviço na empresa, que pode ser melhor visualizada nas figuras 5.4 e 5.5.

Idade	%	% em cargos de gerência	% em cargos de diretoria
Até 25 anos	40%	2%	-
26 a 35 anos	44%	49%	20%
36 a 45 anos	13%	44%	20%
Acima de 45 anos	3%	5%	60%

Figura 5.4: Indicadores de Idade dos Funcionários.

Fonte: Dados Pesquisados (Boticário, 2002).

Indicar a idade das pessoas que trabalham na empresa pode mostrar o quanto ela se preocupa em contratar jovens aprendizes como estagiários ou se ela possui alguma restrição quanto à contratação de pessoas mais velhas. O Boticário pode ser considerado uma empresa jovem, já que o maior número de funcionários está na faixa de 25 a 35 anos de idade, sendo que os cargos de gerência são ocupados por quase 50% de pessoas com essa faixa etária.

Observando-se o Balanço Social de 2001 do Boticário, – Anexo A - vê-se uma diminuição no número de pessoas acima de 45 anos na indústria.

Tempo de Empresa	%
Até 5 anos	75%
5 a 10 anos	17%
11 a 15 anos	7%
Acima de 15 anos	1%

Figura 5.5: Indicadores de Tempo de Empresa dos Funcionários.

Fonte: Dados Pesquisados (Boticário, 2002).

Esses indicadores do tempo de empresa podem ser chamados de indicadores de Antigüidade relativa, ou seja, o tempo médio em que os funcionários permanecem na empresa. O tempo de permanência de um colaborador dentro do

Boticário está numa faixa de até cinco anos de serviço. Há uma concentração de 75% de empregados que ficam na empresa até cinco anos e apenas 1% de empregados que continuam com a mesma após 15 anos.

Nota-se que o número de admissões do ano de 2000 para 2001 caiu bastante, já que no ano de 2000 a empresa havia admitido 310 (trezentos e dez) funcionários, enquanto em 2001 esse número foi de apenas 188 (cento e oitenta e oito).

Os indicadores do corpo funcional podem variar muito de empresa para empresa, tornando-se difícil muitas vezes, compará-las. Cada entidade divulga as informações que julga serem as mais convenientes para seu desenvolvimento.

6 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Para praticar o exercício da responsabilidade social, deve-se estar sempre ligado à noção de sustentabilidade que concilia necessidades econômicas, sociais e ambientais.

A idéia de responsabilidade social vem sendo bastante divulgada pelas empresas, principalmente, pela exigência dos clientes que passam a se preocupar, e muito, com o meio em que vivem.

Assim, surge a necessidade de se mostrar de que forma a organização contribui para o desenvolvimento da sociedade, dando ênfase em suas políticas de ações comunitárias, investimento em educação, cultura e cuidados com o meio ambiente.

Todas essas informações são colocadas em uma demonstração chamada Balanço Social e que ainda não é obrigatória por Lei no Brasil.

O Balanço Social está sendo socialmente reconhecido como instrumento empregado pelas organizações para a prestação de contas no nível de aspectos que dizem respeito às questões sociais.

É um documento que reúne um conjunto de informações sobre atividades que visam à melhor gerência dos recursos humanos internos e externos e também à de recursos naturais.

Embora o Balanço Social seja uma demonstração ainda não obrigatória por Lei, a prática de sua elaboração, análise e divulgação está sendo cada vez mais adotada por um número crescente de empresas. Elas praticam isso porque têm o interesse de demonstrar aos seus clientes, sócios e colaboradores que, além das

metas de desenvolvimento financeiro, também têm uma preocupação muito significativa quanto aos aspectos sociais e ambientais.

O balanço social é um meio importante à disposição da empresa para responder às interpelações da sociedade.

Para que o Balanço Social seja dirigido à comunidade em geral, é necessário simplicidade na hora de sua elaboração, para que seja de fácil interpretação.

Um Balanço Social é dividido em partes, chamadas de indicadores. Existem os indicadores sociais internos e externos, indicadores ambientais, outras informações relevantes quanto ao exercício de cidadania da empresa e os indicadores do corpo funcional, que são objeto de estudo deste trabalho.

Os indicadores do corpo funcional de um Balanço Social dizem respeito aos funcionários de uma organização e são importantes, pois têm como objetivo demonstrar as políticas aplicadas ao quadro de pessoal, apresentando informações relevantes em várias categorias, para fins de comparações.

Um aspecto que deve ser cuidado é o de apresentar neste quadro de indicadores somente as informações realmente verdadeiras e que possam ser comprovadas.

Esta monografia limitou-se a mostrar a evolução da responsabilidade social e do Balanço Social, assim como também estudar os indicadores do corpo funcional de um Balanço Social.

6.1 Recomendações

Tendo em vista a grande quantidade de informações em um Balanço Social, seria interessante, em pesquisas futuras, aprofundar mais este estudo e dar destaque também aos outros indicadores do Balanço Social, que são também de suma importância para a avaliação de uma organização por parte de clientes, tanto internos como externos.

Ainda outros trabalhos podem ser realizados com análises comparativas de empresas do mesmo ramo; tanto nos dados indicadores do corpo funcional como na sua forma geral com todos os indicadores.

Também poderá verificar-se junto à empresa vantagens e desvantagens da publicação do Balanço Social, considerando os períodos em que não publicavam e os atuais.

REFERÊNCIAS

Balanco Social. Disponível em: <<http://www.balancosocial.hpg.ig.com.br>>. Acesso em 05 maio 2003.

Balanco Social. Disponível em: <<http://www.brasilengenharia.com.br>>. Acesso em 13 abril 2003.

EMARKET. Disponível em: <www.emarketgroup.com.br>. Acesso em 25 outubro 2003.

Ethos. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em 28 novembro 2002.

História. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em 28 novembro 2002.

IBASE. Disponível em <<http://www.ibase.org.br>>. Acesso em 24 junho 2003.

IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 25 outubro 2003.

IUDÍCIBUS, Sérgio; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações:** Aplicáveis às Demais Sociedades. 5ed. Verificada e atualizada. São Paulo: Atlas, 2000.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balanco Social:** Uma Proposta de Normatização. Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul. Nº 104. Porto Alegre, maio de 2001.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balanco Social:** Teoria e Prática. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico:** Procedimentos Básicos, Pesquisa Bibliográfica, Projeto e Relatório, Publicações e Trabalhos Científicos. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1986.

O BOTICÁRIO. Disponível em: <<http://www.oboticario.com.br>>. Acesso em 24 junho 2003.

ROSSETTI, José Paschoal. **Contabilidade Social.** 4 ed. Revista e Atualizada. São Paulo: Atlas, 1986.

SPINELLI, Enory Luiz. **BALANÇO SOCIAL:** Uma Estratégia de Mudança a Favor da Política Social. Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul. Nº 103. Porto Alegre, dezembro de 2000.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social:** Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações. São Paulo: Atlas, 2001.

Transparência. Disponível em: <<http://www.ruicadete.com.br/doutrina5.htm>>. Acesso em 24 junho 2003.

APÊNDICE

ANEXOS

Lei nº 11.440 de 18/01/2000

(do Deputado Estadual César Buzatto)

Cria o Certificado Responsabilidade Social – RS – para empresas estabelecidas no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul e dá outras providências.

Paulo Odone Ribeiro, Presidente da Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul.

Faço saber, em cumprimento ao disposto no parágrafo 7º do artigo 66 da Constituição do Estado, que a Assembléia Legislativa aprovou e eu promulgo a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica instituído o Certificado Responsabilidade Social – RS – a ser conferido, anualmente pela Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, às empresas e demais entidades com sede no Rio Grande do Sul que apresentarem o seu Balanço Social do exercício imediatamente anterior.

Parágrafo único. Para fins do disposto no “caput” as empresas e demais entidades deverão encaminhar à Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul o seu Balanço Social até o último dia do mês de junho do ano seguinte ao de referência do Balanço.

Art. 2º - Para os fins desta Lei considera-se Balanço Social o documento pelo qual as empresas e demais entidades apresentam dados que permitam identificar o perfil da sua atuação social durante o exercício, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de interação das empresas e demais entidades com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

§ 1º - O Balanço Social de que trata o “caput” será assinado por Contador ou Técnico em Contabilidade devidamente habilitado ao exercício profissional.

§ 2º - Os dados financeiros constantes do Balanço Social deverão ser extraídos das respectivas demonstrações contábeis elaboradas na forma da legislação vigente.

Art. 3º - A Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul tornará pública a relação das empresas que apresentarem o Balanço Social, nos termos desta Lei, outorgando-lhes o Certificado de Responsabilidade Social – RS.

Parágrafo único. O Certificado de Responsabilidade Social – RS, de que trata o “caput” deste artigo, será entregue em Sessão Solene do Poder Legislativo Estadual.

Art. 4º - Dentre as empresas certificadas, a Assembléia Legislativa elegerá os projetos mais destacados, os quais agraciará com o Troféu Responsabilidade Social – Destaque RS.

Parágrafo único. Dentre os aspectos a serem considerados por ocasião da escolha, constarão:

I – impostos – taxas, contribuições e impostos federais, estaduais e municipais;

II – folha de pagamento bruta – valor total da folha de pagamento, incluídos os encargos sociais;

III – condições de trabalho – higiene e segurança de trabalho, número de acidentes de trabalho e número de reclamações trabalhistas;

IV – alimentação – restaurante, tiquete-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados;

V – saúde – plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde;

VI – educação – treinamento, programa de estágios, reembolso de educação, bolsas de estudos, creches, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca, e outros gastos com educação e treinamento de empregados ou seus familiares;

VII – aposentadoria – planos especiais de previdência privada, tais como: fundações previdenciárias, complementações de aposentadoria e outros benefícios oferecidos aos aposentados;

VIII – outros benefícios – participação nos resultados econômicos, seguro, empréstimos, gastos com atividades recreativas, transportes e outros benefícios oferecidos aos empregados;

IX – contribuições para a sociedade – investimentos na comunidade nas áreas de cultura, esportes, habitação, saúde pública, saneamento, segurança, urbanização, educação, defesa civil, pesquisa, obras públicas, campanhas públicas e outros gastos sociais na comunidade, discriminando, inclusive, o número de horas destinadas por seu quadro funcional ao trabalho voluntário;

X – investimentos em meio ambiente – reflorestamento, despoluição, gastos com introdução de métodos não-poluente e outros gastos que visem à conservação e melhoria do meio ambiente, inclusive com educação e conscientização ambiental;

XI – número de empregados – número médio de empregados no exercício (registrados no último dia do período);

XII – número de admissões – admissões efetuadas durante o período;

XIII – políticas adotadas visando a diminuir a exclusão de determinados segmentos sociais – descrição sintética de políticas adotadas pela empresa no sentido de diminuir a exclusão social através da admissão social de idosos, deficientes físicos e outros, no seu quadro funcional.

Art. 5º - A Mesa Diretora da Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, no prazo de 60 (sessenta) dias a contar da data de publicação desta Lei, constituirá comissão mista, com representantes de entidades da sociedade civil organizada para planejar o evento anual e deliberar sobre os critérios que nortearão a escolha das empresas a serem agraciadas com o Troféu Responsabilidade Social – Destaque RS.

Art. 6º - As despesas decorrentes da presente Lei serão cobertas pelos recursos orçamentários próprios, à conta do orçamento da Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul.

Art. 7º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 8º - Revogam-se as disposições em contrário.

Assembléia Legislativa do Estado

Porto Alegre, 18 de janeiro de 2000.

Deputado Paulo Odone Ribeiro

Câmara dos Deputados

PROJETO DE LEI Nº 3.116 DE 1997

(Das Sras. Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling)

Cria o balanço social para as empresas que menciona e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

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

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

II – as empresas públicas, sociedades de economia mista, empresas permissionárias e concessionárias de serviços públicos em todos os níveis da administração pública, independentemente 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 pessoal, 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 valor total pago a empresas prestadoras de serviço;

II – Os empregados: número de empregados existentes no início e no final do ano, discriminando a antigüidade na empresa; admissões e demissões durante o ano; escolaridade, sexo, cor 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 em relação ao total de cargos de chefia da empresa; número total de horas-extras trabalhadas; valor total das horas-extras pagas;

III – valor dos encargos sociais pagos, especificando cada item;

IV – Valor dos tributos pagos, especificando cada item;

V – Alimentação do trabalhador: gastos com restaurante, ticket- refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VI - Educação: valor dos gastos com treinamento profissional; programas de estágios (excluídos salários); reembolso de educação; bolsas escolares; assinaturas de revistas; gastos com biblioteca (excluído pessoal); outros gastos com educação e treinamento dos empregados, destacando os gastos com os empregados adolescentes; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VII – Saúde dos empregados: valor dos gastos com planos de saúde; assistência médica; programas de medicina preventiva; programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VIII – Segurança no trabalho: valor dos gastos com segurança no trabalho, especificando os equipamentos de proteção individual e coletiva na empresa;

IX – Outros benefícios: seguros (valor da parcela paga pela empresa); valor dos empréstimos aos empregados (só o custo); gastos com atividades recreativas; transportes; creches e outros benefícios oferecidos aos empregados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

X – Previdência privada: planos especiais de aposentadoria; fundações providenciárias; complementações; benefícios aos aposentados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

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, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

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

Parágrafo Único: Os valores mencionados no Balanço Social deverão ser apresentados relacionando-se o percentual de cada item em relação à folha de pagamento e ao lucro operacional da empresa.

Art. 4º. As empresas mencionadas no artigo 1º. deverão dar publicidade ao seu balanço social, na forma do artigo 7º e 8º. desta lei, até o dia 30 de abril de cada ano.

Parágrafo Único: As empresas que são obrigadas a publicar balanço patrimonial e financeiro seguirão os prazos previstos na legislação específica, e farão publicar o Balanço Social juntamente com aquele.

Art. 5º O Poder Executivo poderá utilizar-se das informações do Balanço social das empresas com vistas à formulação de políticas e programas de natureza econômico- social, em nível nacional e regional.

Art. 6º É facultada às empresas não mencionadas nos incisos I e II do artigo 1º a apresentação do balanço social.

Art. 7º O Balanço Social será afixado na entrada principal dos estabelecimentos da empresa nos seis primeiros meses da sua divulgação.

Art. 8º É garantido o acesso e divulgação do Balanço Social aos empregados da empresa e às autoridades e órgão governamentais e do Legislativo, sindicatos, universidades e demais instituições públicas ou privadas ligadas ao estudo e à pesquisa das relações de trabalho ou da promoção da cidadania.

Art. 9º As obrigações contidas na presente lei não substituem quaisquer outras obrigações de prestação de informações aos órgãos públicos anteriormente estabelecidas pela legislação.

Art. 10 As empresas que não atenderem ou fraudarem, no todo ou em parte, ao disposto na presente lei, ficarão impedidas de participar de licitação e contratos da Administração Pública, de se beneficiar de incentivos fiscais e dos programas de crédito oficiais e serão sujeitas à multa pecuniária no valor a ser definido pelo Executivo, que será dobrada em caso de reincidência.

Parágrafo Único: O Poder Executivo deverá dar publicidade das empresas que não cumprirem o disposto no artigo 1º ao final de cada exercício.

Art. 11 O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de noventa dias a contar da sua publicação, dispondo sobre as medidas necessárias à sua plena eficácia, inclusive sobre os critérios de fiscalização e os órgãos competentes ao seu fiel cumprimento.

Art. 12 Esta lei entra em vigor no exercício financeiro subsequente ao de sua publicação.

Art. 13 Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Um dos consensos mundiais neste final de século, expressado inclusive na Cúpula do Desenvolvimento Humano de Copenhague/95, diz respeito ao compromisso das empresas de se empenharem na promoção do desenvolvimento social.

Nas últimas décadas, assiste-se a uma crescente preocupação das empresas, no Brasil e em todo o mundo, em realizar investimentos que contribuam para a qualidade de vida de seus trabalhadores e da comunidade onde a empresa se insere.

Em nosso país, medidas de diferentes naturezas (incentivos fiscais, por exemplo) já têm sido tomadas com o intuito de estimular tais práticas.

Amplia-se a consciência sobre a responsabilidade de preservação do meio ambiente e da viabilidade de aplicação de parte dos lucros auferidos, em programas ou projetos que beneficiam não só os trabalhadores e trabalhadoras da empresa, mas também outros setores sociais.

Ao mesmo tempo, novos contextos marcam o mundo do trabalho, tais como a diminuição do trabalho assalariado, aumento da participação feminina e processos de reconversão tecnológica. Novos mecanismos de negociação entre empregados e empregadores são estabelecidos e se consolida, cada dia mais, a necessidade de maior visibilidade de indicadores desses contextos.

Acrescer a obrigatoriedade de elaboração do Balanço Social é responder a uma demanda de prestação de contas formal dos investimentos feitos na empresa.

Registre-se que desde 1977 é obrigatória, na França, a elaboração do Balanço Social das empresas, com grande detalhamento dos padrões de atendimento aos trabalhadores.

Trazendo o debate para o Brasil, este tema tem merecido a atenção de Herbert de Souza, o Betinho, que propôs que fossem incluídas no Balanço Social novas dimensões, incorporando os investimentos das empresas na comunidade externa à empresa (Folha de São Paulo, 26.03.97).

Apresentá-los numa só peça demonstrativa contribuirá para identificar o *perfil social das empresas*. Não gera novos encargos, nem novas cláusulas sociais, apenas expõe a realidade.

Elaborar o Balanço Social é um estímulo à reflexão sobre as ações das empresas no campo social. O Balanço Social estimulará o controle social sobre o uso dos incentivos fiscais ou outros mecanismos de compensação de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de políticas de recursos humanos e servirá como parâmetro de ações dos diferentes setores e instâncias da empresa, no campos das políticas sociais.

Além disso, contribuirá, fundamentalmente, como encorajamento à crescente participação das empresas na busca de maior desenvolvimento humano e vivência da cidadania.

Sala das Sessões, 14 de maio de 1997.

Deputada **MARTA SUPLICY** (PT/SP)

Deputada **MARIA DA CONCEIÇÃO TAVARES** (PT/RJ)

Deputada **SANDRA STARLING** (PT/MG)

Grupo IBASE	Informação IBASE	2001 Grupo			2001 INDÚSTRIA			2000 INDÚSTRIA		
1) BASE DE CÁLCULO	Receita Líquida (RL)	321.796.616			291.729.794			253.349.630		
	Resultado Operacional (RO)	22.669.622			22.403.265			35.151.871		
	Folha de Pagamento Bruta (FPB)	31.469.497			25.562.354			21.406.502		

		Valor (R\$)	%Sobre FBP	%Sobre RL	Valor (R\$)	%Sobre FBP	%Sobre RL	Valor (R\$)	%Sobre FBP	%Sobre RL
2) INDICADORES SOCIAIS INTERNOS	Alimentação	3.332.731	10,6	1,0	2.626.550	10,3	0,9	2.047.327	9,6	0,8
	Encargos Sociais Compulsórios	10.120.976	32,2	3,1	8.565.933	33,5	2,9	7.493.064	35,0	3,0
	Previdência Privada Contribuição da Empresa	477.330	1,5	0,1	-	0,0	0,0	297.474	1,4	0,1
	Saúde	1.676.630	5,3	0,5	1.425.053	5,6	0,5	960.267	4,5	0,4
	Educação	413.420	1,3	0,1	379.593	1,5	0,1	268.688	1,3	0,1
	Segurança e medicina no trabalho *	562.773	1,8	0,2	562.773	2,2	0,2	n/d	n/d	n/d
	Cultura	59.929	0,2	0,0	59.929	0,2	0,0	24.828	0,1	0,0
	Capacitação e Desenvolvimento Profissional	492.450	1,6	0,2	470.884	1,8	0,2	763.437	3,6	0,3
	Creche ou Auxílio-Creche	495.875	1,6	0,2	480.375	1,9	0,2	379.265	1,8	0,1
	Participação nos Lucros ou Resultados	-	0,0	0,0	-	0,0	0,0	1.882.911	8,8	0,7
	Outros	1.362.701	4,3	0,4	1.105.892	4,3	0,4	928.247	4,3	0,4
Total - Indicadores Sociais Internos	18.994.815	60,4	5,9	15.676.982	61,3	5,4	15.045.506	70,3	5,9	

		Valor (R\$)	%Sobre RO	%Sobre RL	Valor (R\$)	%Sobre RO	%Sobre RL	Valor (R\$)	%Sobre RO	%Sobre RL
3) INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS	Educação	106.900	0,5	0,0	106.900	0,5	0,0	133.600	0,4	0,1
	Cultura	3.700	0,0	0,0	3.700	0,0	0,0	4.000	0,0	0,0
	Saúde e saneamento	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
	Habitação	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
	Esporte	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
	Lazer e diversão	2.000	0,0	0,0	2.000	0,0	0,0	10.000	0,0	0,0
	Creches	1.006	0,0	0,0	1.006	0,0	0,0	2.283	0,0	0,0
	Alimentação	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
	Outros	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
	Total das contribuições para a Sociedade	113.605	0,5	0,0	113.605	0,5	0,0	149.883	0,4	0,1
	Tributos (excluídos encargos sociais)	96.971.279	427,8	30,1	88.016.175	392,9	30,2	59.763.742	170,0	23,6
Total - Indicadores Sociais Externos	97.084.884	428,3	30,2	88.129.780	393,4	30,2	59.913.625	170,4	23,6	

Obs.: Não consideramos como Saúde nos indicadores sociais externos, as doações realizadas a entidades que tratam diretamente de saúde, consideramos estas como assistenciais.
O valor de 10.000 em Lazer e Diversão em 2000 refere-se ao aniversário de 500 anos de São José dos Pinhais.

4) INDICADORES AMBIENTAIS	Relacionados com a empresa	347.255	1,5	0,1	347.255	1,6	0,1	200.003	0,6	0,1
	Em programas Projetos/Externos Montante investido nos projetos	n/d	0,0	0,0	n/d	0,0	0,0	n/d	-	-

5) INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL	Número de funcionários no final do período (total)	1255			958			924		
	Número de admissões durante o período	345			188			310		
	Número de empregados terceirizados	n/d			n/d			n/d		
	Número de funcionários - idade acima de 45 anos	36			30			33		
	Número de negros que trabalha na empresa	n/d			n/d			n/d		
	% de cargos de chefia ocupados por negros	n/d			n/d			n/d		
	Número de empregados portadores de deficiência	n/d			n/d			n/d		
	Número de funcionários - sexo feminino	788			514			501		
Cargos de chefia ocupados por mulheres	56			27			19			

6) INFORMAÇÕES RELEVANTES QUANTO AO EXERCÍCIO DA CIDADANIA EMPRESARIAL	Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	93 vezes			93 vezes			63 vezes		
	Número total de acidentes de trabalho	82			76			n/d		
	Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos:				(X) pela direção () direção e gerências () todos os empregados			(X) pela direção () direção e gerências () todos os empregados		
	Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos:				() pela direção () direção e gerências (X) todos os empregados			() pela direção () direção e gerências (X) todos os empregados		
	A participação nos lucros ou resultados contempla:				() pela direção () direção e gerências (X) todos os empregados			() pela direção () direção e gerências (X) todos os empregados		
	Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:				() não são considerados (X) são sugeridos () são exigidos			() não são considerados (X) são sugeridos () são exigidos		
	Quanto à participação dos empregados em programas de trabalho voluntário, a empresa:				() não se envolve (X) apóia () organiza e incentiva			(X) não se envolve () apóia () organiza e incentiva		

