

Olá,

A Mundo da Monografia disponibiliza para você alguns trabalhos prontos, assim é possível tirar dúvidas e estudar os temas de trabalhos mais frequentes nas universidades brasileiras.

Mas, lembre-se: Os arquivos disponíveis no site para download são exclusivamente para **estudo e apoio acadêmico**. Não recomendamos e somos contra o uso desses conteúdos como se fossem seus, é expressamente proibido o seu uso por alunos em suas respectivas entidades de ensino.

O material é de uso livre como base de estudo para quem está com dúvidas, o seu uso indevido será de inteira responsabilidade daquele que utilizá-los.

Balço Social:
Instrumento de Gestão e Responsabilidade Social Corporativa

RESUMO

O Balanço Social se constitui de uma consequência das pressões sociais realizadas pela sociedade às empresas, materializando a transparência das ações socioambientais e econômicas realizadas por essas instituições, isto é, um instrumento evidenciador da responsabilidade social corporativa. No Brasil, a elaboração e divulgação do Balanço Social passaram a ser obrigatórios para as companhias abertas após o surgimento da Lei 11.638/07. Este trabalho objetiva demonstrar a importância da divulgação do comprometimento social das empresas através do Balanço Social perante os *stakeholders* e analisar a estrutura do modelo de Balanço Social elaborado a partir de IBASE, GRI e Instituto ETHOS. A pesquisa foi elaborada a partir de pesquisas bibliográficas, isto é, leitura e explicação de contribuições científicas já elaboradas. Constatou-se que a divulgação do Balanço Social é uma forma de fortalecer a imagem institucional das companhias, marcas e produtos ligados a ela. No caso dos produtos e serviços, os *stakeholders* dão primazia aos oferecidos por empresas socialmente responsáveis em detrimento a outros, iguais em preço e qualidade, de empresas sem comprometimento social porque esses produtos/serviços agregam um interesse nos *stakeholders* de colaboração a causa social apoiada pela empresa. O ato se consolida através da compra do produto ou serviço. Esse demonstrativo também é empregado como ferramenta gerencial por evidenciar informações sobre políticas administrativas contribuindo no controle e ajuda do processo decisório e de determinação de estratégias.

Palavras-chave: Balanço Social. Responsabilidade Social Corporativa. *Stakeholders*.

ABSTRACT

The Social Report constitutes a consequence of social pressures made by the society to companies, materializing the transparency of social, environmental and economic actions taken by these institutions, it is a disclosing instrument of corporate social responsibility. In Brazil, the development and dissemination of Social Report became obligatory for public companies after the appearance of Law 11.638 / 07. This paper aims to demonstrate the importance of disseminating the social commitment of the companies through the Social Report before the stakeholders and analyze the structure of the Social Balance model made from IBASE, GRI and Ethos Institute. The research was developed from literature searches, that is, reading and explanation of scientific contributions already produced. It was found that the disclosure of the Social Report is a way to strengthen the institutional image of companies, brands and products connected to it. For products and services, stakeholders give primacy to those offered by socially responsible companies to the detriment of others, equal in price and quality, companies without social commitment because these products/services add an interest on the stakeholders for collaborating in the social cause supported by the company. The act is consolidated by purchasing the product or service. This statement is also used as a management tool for highlighting information on administrative policies contributing in control and help the decision-making process and to determine strategies.

Keywords: Social Report. Corporate Social Responsibility. Stakeholders.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	**
2 BALANÇO SOCIAL.....	**
2.1 A Concepção de Balanço Social e Responsabilidade Social Corporativa.....	**
3 O PÚBLICO ALVO DO BALANÇO SOCIAL.....	**
4 OS OBJETIVOS DO BALANÇO SOCIAL.....	**
5 HISTÓRICO DO BALANÇO SOCIAL.....	**
5.1 Elementos da História do Balanço Social Através dos Tempos.....	**
5.2 O Conjunto de Leis Acerca do Balanço Social.....	**
5.3 As Esferas do Balanço Social.....	**
6 MODELOS DE BALANÇO SOCIAL.....	**
6.1 Os Modelos Propostos de Balanço Social.....	**
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	**
REFERÊNCIAS.....	**

1 INTRODUÇÃO

Sabe-se que para escolher aqueles investimentos mais atrativos, assim como no processo de tomada de decisão interna, investidores e administradores se orientam por demonstrativos evidenciadores de informações econômico-financeiras das empresas.

A conjuntura econômica nos mostra que a globalização e o avanço da tecnologia, esta quando massacrante, trazem sérias consequências ao meio ambiente e ao ser humano. Isso se manifesta através de acidentes ecológicos e de condições subumanas que empresas submetem seus colaboradores em nome do lucro e dos resultados financeiros cada vez mais desafiantes. Então, torna-se imprescindível que haja uma forma de coibir atitudes devassas dessas empresas e premiar aquelas que fazem alguma ação benéfica pela comunidade e pelo meio ambiente. A partir dessa necessidade o Balanço Social se constitui como uma ferramenta de tornar pública a responsabilidade social e o nível de comprometimento social das empresas. Internamente, é considerado um relatório de desenvolvimento do capital-trabalho por apresentar o perfil do corpo funcional e investimentos na sociedade e meio ambiente.

Segundo Melo Neto (2004), a ideia de responsabilidade social foi levantada entre o final do século XIX e início do século XX. Sua popularização ocorreu nos anos 1960 nos EUA e na Europa, no Brasil só no início dos anos 1980. Atualmente, o assunto possui uma vasta literatura e recebe vários sinônimos como: responsabilidade social corporativa, cidadania corporativa, cidadania empresarial. O termo é considerado como uma postura voltada para a prática de promover o bem.

Nesse caso as ações sociais revelam um comprometimento em transformar o social mediante a compreensão dos problemas e da importância da comunidade, ou seja, a empresa socialmente responsável observa sua razão de existir além de visar ao lucro comprometendo-se em cooperar por uma transformação social que quebre as barreiras das injustiças. Políticas Sociais promovidas pelas empresas acontecem por meio de: comprometimento com os interesses públicos; criação de ofertas de empregos; estímulo aos funcionários a sensibilizarem-se com as questões sociais;

valorização e favorecimento dos talentos dos funcionários; garantia da lisura da boa imagem Institucional da empresa.

Então, a ideia de responsabilidade social é bastante abrangente envolvendo a preocupação com os funcionários, preservação do meio ambiente, respeito à diversidade social, entre outras.

A empresa para ser designada como empresa socialmente responsável adota projetos na área social (educação e saúde), proteção ao meio ambiente, igualdade nas oportunidades de empregos, doações para ajudar em campanhas e patrocínios de associações e eventos.

A riqueza da empresa, denominada contabilmente como patrimônio, está relacionada à imagem da empresa perante o consumidor. A prática da responsabilidade social, espontânea ou por pressão de grupos ambientalistas, atualmente não se constitui apenas em uma tendência, uma vez que a empresa que se preocupa em realizar projetos sociais detém vantagem competitiva em relação às outras, já que a responsabilidade social liga-se a imagem da empresa e aos produtos.

Diante do contexto, a figura do Balanço social torna-se ferramenta facilitadora para transparecer as ações sociais e nortear decisões específicas na empresa. No Brasil, até então, sua publicação tinha caráter voluntário, exceto Rio Grande do Sul, pois não existia lei que obrigasse sua elaboração e publicação. Mas, a Lei Federal nº. 11.638 de 28 de dezembro de 2007, que tornou obrigatória a elaboração e a publicação da Demonstração do Valor Adicionado para companhias abertas, logo, alcança Balanço Social, uma vez que a DVA é parte integrante do mesmo.

De acordo com as fontes consultadas, atualmente, não existiu um modelo padrão de Balanço Social, por isso as empresas costumam adotar modelos propostos por institutos, como o do ETHOS, IBASE e GRI fazendo ou não algumas adaptações. Este trabalho buscou responder a questão-problema: Qual a importância da elaboração e divulgação do Balanço Social para a empresa e para a sociedade como um todo?

O trabalho também buscou mostrar a estrutura dos modelos de Balanço Social elaborado IBASE, GRI e Instituto ETHOS. Voltada para essas questões que se quer examinar, aplicou-se pesquisa de cunho descritiva, que é a análise das características do assunto. A técnica de pesquisa adotada é a de caráter bibliográfica, que é a análise e explicação das produções textuais já existentes.

2 BALANÇO SOCIAL

2.1 A Concepção de Balanço Social e Responsabilidade Social Corporativa

A procedência da palavra balanço provém do latim *bilancis* e significa *bi = dois; lancis = prato*, ou seja, dá a ideia de balança, o que nos remete a noção de equilíbrio entre grandezas. Por isso, o termo Balanço Social, no sentido conceitual, é considerado como inadequado por estudiosos contábeis, já que esse demonstrativo corresponde a um relatório de evidenciação das ações sociais corporativas.

O Balanço social, também denominado Relatório de Sustentabilidade ou Relatório da Responsabilidade Social, é um produto da Contabilidade Social publicado anualmente pela empresa que procura demonstrar aos interessados um conjunto de informações relacionadas aos projetos ambientais e ações sociais.

A norma Brasileira de Contabilidade NBC-T nº15, resolução CFC nº935/02 *apud* Santos define o balanço social como:

Demonstração contábil que tem por objetivo a evidenciação de informações de natureza social com vistas a prestar contas a sociedade pelo uso dos recursos naturais e humanos, demonstrando o grau de responsabilidade social da entidade (SANTOS, 2004, p.15).

O Balanço Social se configura como uma ferramenta capaz de mostrar com clareza informações socioeconômicas e financeiras a cerca da atuação de cada empresa no meio social, ou seja, é uma forma de transparecer, reunir e tornar pública sua responsabilidade social através de informações estruturadas. Ele serve

como complemento às informações tratadas pelos demonstrativos financeiros tradicionais.

Para Kroetz (1999) ele deve ser considerado, sobretudo, uma ferramenta gerencial, já que exprime e evidencia dados relativos a qualidade e quantidade das políticas administrativas, da interação da empresa com o meio externo. Essa interação pode ser analisada de maneira que favoreça a escolha de estratégias.

3 O PÚBLICO ALVO DO BALANÇO SOCIAL

A empresa interage com as células sociais exercendo influências favoráveis e desfavoráveis na esfera social, humana e ambiental. Então, os tipos de informações tratadas no balanço social alcançam várias informações contábeis (econômicas e sociais) para atender aos interessados.

Para Tinoco (2002), a sociedade inteira é o público alvo das informações contidas no Balanço Social, desde os grupos que prestam serviços a empresa (empregados), aqueles que usam/compram produtos seu (clientes), os acionistas potenciais e controladores, o governo, as autoridades monetárias, gestores, fornecedores, enfim todos aqueles que fazem parte do ambiente interno e externo da empresa. Cada um possui interesses específicos, por exemplo, os clientes voltam a atenção para o modo com que é produzido os produtos, isto é, se na sua produção envolve algum processo de degradação ambiental e se estão sendo oferecidos com boas condições.

Complementando, Santos (2004) afirma que é através desse relatório que os empregados constatarem políticas de investimento da empresa no corpo funcional; os fornecedores e investidores constatarem o tipo de administração, se é aquela voltada para o bem estar social e qualidade de vida, valorização dos valores humanos dos empregados; os gestores utilizam o balanço social como subsídio para tomada de decisão sobre investimentos sociais em alguma área necessitada.

Portanto, o Balanço Social, na qualidade de ferramenta gerencial fornece à empresa informações valiosas para tomada de decisão e adoção de estratégias.

4 OS OBJETIVOS DO BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social tem como o principal objetivo mostrar à sociedade a atuação socialmente responsável da empresa, uma vez que, as ações desenvolvidas em prol da melhoria da sociedade e do meio ambiente ajudam instigar a valorização da cidadania corporativa acarretando no estreitamento da relação da empresa/sociedade.

Para Kroetz (2001), nos dias atuais, a elaboração do Balanço Social é adotada por muitas empresas e esse número vem crescendo por vários motivos: tornar público o planejamento e execução das ações socioambientais realizadas pela empresa; demonstrar a colaboração da empresa em prol da melhoria da qualidade de vida dos funcionários; mostrar os dispêndios destinados ao desenvolvimento de pesquisa e tecnologia; construção de uma espécie de banco de dados com informações que auxiliem na tomada de decisão interna sobre as áreas carentes de investimento.

Afinal, esse demonstrativo pode ser considerado instrumento de amplificação do grau de confiança da sociedade na empresa, assim como mostrar que o foco da empresa não é só o resultado lucrativo, mas também o resultado social devido a sua atuação socioambiental. O Balanço Social também se configura como um instrumento de negociação entre empresa e sindicatos ou representantes dos funcionários, além de agregar valor a marca e a imagem da empresa.

Portanto, ele evidencia publicamente política social empresarial a favor do crescimento e desenvolvimento da sociedade por meio de: abertura de novas vagas de emprego; gastos com treinamento para formação profissional; assistência social; medicina do trabalho para corpo funcional e políticas voltadas para proteção e preservação do meio ambiente.

Santos (2004) aprofunda mais o objetivo desse demonstrativo afirmando que a elaboração e divulgação do Balanço Social representam táticas de sobrevivência da

empresa no mercado, porque o consumidor no momento de comprar um produto, além de levar em consideração a qualidade do produto, também inclui a responsabilidade social exercida por ela.

5 HISTÓRICO DO BALANÇO SOCIAL

5.1 Elementos da História do Balanço Social Através dos Tempos

Determinar o ano exato do surgimento do Balanço Social, segundo Santos (2007), não é tarefa fácil. Sabe-se que é um instrumento já elaborado há algumas décadas nos Estados Unidos da América, Canadá e na Europa por países como Alemanha, Espanha, Inglaterra, França e Portugal. A formação da ideia de responsabilidade social foi introduzida no mundo dos negócios na década de 1930.

O referido autor afirma que o Balanço Social era publicado na Alemanha em 1939. Na América, só durante a década de 1960 nos EUA, no tempo do governo de Nixon que relacionou à aplicação da responsabilidade social nas empresas. Então, foi a partir daí que surgiu a ideia das empresas informarem a sociedade da sua atuação em benefício dos *stakeholders*. Esse interesse ocorreu devido ao acontecimento da guerra do Vietnã que desencadeou na sociedade uma ação de hostilidade às empresas.

Essa hostilidade repercutiu na rejeição aos produtos das empresas que financiavam a guerra e ao governo atual. Organizações de sociedades civis disseminaram a ideia de que os armamentos bélicos prejudicavam o meio ambiente e impactavam negativamente na sobrevivência do homem. Então, as empresas envolvidas na guerra tiveram sua imagem desgastada e também por praticarem discriminação contra pessoas em função da raça e sexo no ambiente de trabalho nos EUA.

O Balanço Social veio como alternativa para reverter essa imagem negativa perante os investidores e acionistas.

A década de 1970 foi o marco da popularização da ideia de responsabilidade social na Europa, pois nessa época várias empresas elaboraram os primeiros Balanços Sociais. “Em 1971 a companhia alemã STEAG produziu uma espécie de relatório social, um balanço de suas atividades sociais” (SANTOS, 2007, p. 9). Em 1972, a SINGER, empresa francesa, preparou o primeiro Balanço Social da história.

A ideia de evidenciar o comportamento sócio-responsável corporativo aqui no Brasil surgiu na década de 1960 e foi fortemente influenciada pela ADCE (Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas). No Brasil, a Nitrofertil, em 1984, elaborou o primeiro demonstrativo similar a um típico Balanço Social, concomitantemente, uma companhia denominada TELEBRAS também elaborava o seu relatório. Todavia, só a partir da década de 1990 é que poucas empresas começaram a considerar seriamente a ideia de se elaborar um documento de divulgação das duas ações de cunho socioambiental para a sociedade.

O BANESPA, por sua vez, também teve participação nesse processo de inserção da prática de elaboração e divulgação do Balanço Social e em 1992 elaborou o seu. Isto lhe rendeu o direito de participar do rol das empresas precursoras do Balanço Social.

O sociólogo Herbert de Sousa e o IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) elaboraram em conjunto com representantes de empresas públicas e privadas um modelo simples de Balanço Social. Considerara-se simples porque organiza e estrutura as informações socioambientais num padrão de fácil entendimento. Padronizar informações através de modelos constitui-se uma forma de avaliar de maneira adequada a informação social de uma empresa para outra. O instituto ETHOS também teve participação ativa elaborando um modelo de Balanço Social adaptado do modelo sugerido pelo IBASE.

O portal do IBASE informa que empresas que adotam o modelo mínimo de Balanço Social proposto pelo IBASE podem receber o direito de utilizar o Selo Balanço Social IBASE/Betinho, nos documentos das empresas, nos papéis, produtos, embalagens, sites, entre outros meios. No entanto, o selo não pode ser conferido à empresas de cigarros, bebidas alcoólicas e armas de fogo/munições, inclusive o direito de usá-lo poderá ser vetado ou suspenso pelo IBASE.

5.2 O Conjunto de Leis Acerca do Balanço Social

A figura do Balanço Social na França é bastante tradicional, mas a obrigatoriedade da elaboração e divulgação naquele país só aconteceu a partir de 1970, através da Lei 77.769 de 13 de julho de 1977.

No Brasil, nas últimas décadas, muitos projetos de lei foram propostos referente a obrigatoriedade da elaboração e divulgação desse relatório. Na esfera Federal, temos o projeto de Lei nº 3.116 de 14 de maio de 1977, elaborado pelas deputadas Marta Suplicy, Sandra Starling e Maria da Conceição Tavares. O projeto defendia a obrigatoriedade para empresas públicas, independente do número de empregados e, para as privadas que possuíam mais de cem empregados no exercício anterior a sua elaboração. No entanto, foi substituído pelo projeto nº32/99 elaborado pelo deputado Paulo Rocha.

No campo estadual um projeto de lei, proposto pelo Deputado Estadual Cezar Busatto e elaborado com participação do Conselho de Contabilidade do Rio Grande do Sul, transformou-se na Lei nº 11.440 de 18 de janeiro de 2000, obrigando a elaboração do Balanço Social para as empresas situadas no Rio Grande do Sul.

O vereador Helio Corebelini criou um projeto de lei que acabou sendo aprovado e transformando-se na Lei nº 8.118/98. Essa lei tornou compulsória a elaboração do Balanço Social das empresas situadas na cidade de Porto Alegre — Foi publicada no Diário Oficial, de 09 de janeiro de 1998.

No sudeste do país temos registros em São Paulo, onde uma resolução de nº005/98, elaborada pela vereadora Adaiza Sposati, criou o *Dia* e o *Selo* da empresa cidadã. Essa resolução direciona-se a premiar as empresas de São Paulo que apresentaram qualidade no seu Balanço Social.

Na região nordeste, no estado da Paraíba foi estabelecido através do projeto de Resolução nº 004/98, de autoria do Vereador Júlio Rafael, o *selo Herbert de Souza* às empresas que exibirem qualidade em seu Balanço Social.

Atualmente, com a aprovação da Lei Federal nº 11.638/07 em 28 de dezembro de 2007, tornou-se compulsória a elaboração e divulgação do *Demonstrativo de Valor Adicionado* para as companhias abertas, o Balanço Social passa também a ter esse caráter, uma vez que a DVA é parte integrante do Balanço Social, afirmou Iudicibus (2009).

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº11.638 de 28 de dezembro de 2007**. Altera e Revoga dispositivos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11638.htm>. Acesso em 25/02/2015.

GODOY, M. *et al.* **Balanco Social**: Convergências e divergências entre os modelos do IBASE, GRI e Instituto ETHOS. In: I Congresso UFSC de Controladoria e Finanças, 2007, Florianópolis: UFSC. Disponível em:<<http://www.nemac.ufsc.br/visualizar/balancoibase.pdf>>. Acesso em: 26/02/2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. **Modelo de Balanço Social**. Disponível em:<http://www.balancosocial.org.br/media/BS_Empresas2009.pdf>. Acesso em 24/02/2015.

IUDICÍBUS, Sérgio de. **Contabilidade Comercial**: Atualizado conforme Lei nº11.638/07 e MP 449/08-8. In: Demonstração do Valor Agregado, Notas Explicativas e Outras Evidenciações. 8ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Contabilidade Social**. Rio Grande do Sul, 1999. Disponível em:<http://www.sebraepb.com.br:8080/bte/download/Desenvolvimento%20Sustent%20C3%A1vel%5CGest%20A3o%20dos%20Recursos%20Naturais/157_1_arquivo_csocial.pdf>. Acesso em 26/02/2015.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanço Social**: Uma Proposta de Normatização. Revista Brasileira de Contabilidade. Brasília, ano xxx, nº 129, p 53-63 Mai/Jun, 2001.

LEÃO, Mauro E. S. **O Balanço Social como Instrumento de Divulgação das Ações Sociais das Empresas**: Proposição de Modelo. 2003. 127 p. (Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina). Florianópolis, 2003. Disponível em:<

<http://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/84944/228667.pdf?sequence=1&isAllowed=y> >. Acesso em: 26/02/2015.

MARION, José Carlos *et al.* **Monografia para Cursos de Administração, Contabilidade e Economia.** São Paulo: Atlas, 2002.

MELO NETO, F. BRENNAND, Jorgina M. **Empresas Socialmente Sustentáveis: O Desafio da Gestão Moderna.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

RIBEIRO, Jacqueline & SOUZA, Maisa. **Divulgação Voluntária de Informações de Natureza Social:** Um estudo nas empresas brasileiras. RAUSP-e. Revista de Administração Eletrônica. São Paulo, Jan/2008. Disponível em:< http://www.rausp.usp.br/Revista_eletronica/v1n1/artigos/v1n1a6.pdf >. Acesso em 26/02/2015.

SANTOS, Ana C. T. *et al.* **Balço Social:** Uma Análise da Divulgação de Informações por Empresas de Capital Aberto Seleccionadas. Revista Repensando, Edição 1/2007.

TINOCO, João P. **Balço Social:** Balço da Transparência Corporativa e da Concertação Social. Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília, ano XXXI, nº 135, p 57-73. Mai/Jun, 2002.

Viu como é fácil desenvolver o seu TCC? Esperamos que esse material tenha sido de grande apoio às suas pesquisas, apesar de ser uma pequena prévia de um trabalho mais completo, já é de grande ajuda e dá uma ideia de como você deve fazer o seu TCC.

Se você ainda tem dúvidas, não se desespere... é normal! E melhor ainda: você pode pedir a nossa ajuda, adoráramos te ajudar.

Entre em contato conosco e conte-nos as suas dificuldades, tenha certeza que os nossos profissionais darão toda a assistência necessária para que você desenvolva o seu TCC sem maiores dificuldades.



Deseja mais auxílio no seu TCC?

Se precisar de apoio acadêmico, entre em contato com a equipe Mundo da Monografia:

Através do site: www.mundodamonografia.com.br ou pelo telefone (11) 4063-9653 — de segunda à sexta, das 10h às 18h.