

FACULDADE AMADEUS  
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

AGENÍ ROGÉRIO DE BARROS  
ALICE LIMA DA CONCEIÇÃO  
ANDREZZA LIMA DA CONCEIÇÃO

**BALANÇO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Aracaju  
2009

AGENÍ ROGÉRIO DE BARROS  
ALICE LIMA DA CONCEIÇÃO  
ANDREZZA LIMA DA CONCEIÇÃO

## **BALANÇO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à Faculdade Amadeus como  
um dos pré-requisitos para obtenção do  
grau de bacharel em Ciências Contábeis.

ORIENTADOR  
PROF. MSC. EDUARDO DE ANDRADE GONÇALVES

Aracaju  
2009

AGENÍ ROGÉRIO DE BARROS  
ALICE LIMA DA CONCEIÇÃO  
ANDREZZA LIMA DA CONCEIÇÃO

BALANÇO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Ciências  
Contábeis da Faculdade Amadeus – FA,  
como requisito parcial para obtenção do  
grau de bacharel em Ciências  
Contábeis.

Aprovada em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. MsC. Eduardo de Andrade Gonçalves  
Faculdade Amadeus

---

1º Examinador  
Faculdade Amadeus

---

2º Examinador  
Faculdade Amadeus

Dedicamos esse trabalho a Deus, que tem nos dado graça e sabedoria. Aos nossos pais, irmãos, amigos e parentes que vibram pelo nosso sucesso.

## **AGRADECIMENTOS**

Mais uma fase se conclui!!! É o término de um ciclo da vida acadêmica, abrindo caminho para mais uma etapa importante, com novos desafios a serem enfrentados e vencidos.

Primeiramente, agradecemos a Deus, pela graça, sabedoria e força nos momentos de angústia e aflição, e por estar ao nosso lado em todo tempo.

Aos nossos pais, por serem o nosso alicerce para um futuro promissor, pelas boas opiniões e críticas construtivas, com quem aprendemos a nunca desistir diante das dificuldades.

Aos nossos irmãos, amigos e parentes, por vibrarem sempre com as nossas vitórias.

Aos mestres que, com toda paciência, tiveram algo a nos acrescentar.

Ao mestre Eduardo de Andrade Gonçalves, pela orientação, estímulo e competência com que nos conduziu nessa etapa final.

Enfim, agradecemos a todos os que contribuíram de forma direta e indireta para a concretização deste sonho.

A todos, nosso muito Obrigada!!!

Se queremos progredir, não devemos repetir a história, mas fazer uma história nova.

Mahatma Gandhi

## RESUMO

Nas últimas décadas as empresas começaram a perceber e preocupar-se mais com suas obrigações sociais. A elaboração e a publicação de balanço social representam uma das mais importantes práticas estratégicas na gestão da responsabilidade social. Este instrumento permite que as empresas possam planejar, avaliar e aperfeiçoar as suas atividades, gerando transparência para suas ações e criando um canal de comunicação e de diálogo com a sociedade. Este artigo tem por objetivo ampliar os conhecimentos das empresas e sociedade com relação ao Balanço Social e a Responsabilidade Social. Com isso, foram abordados os seguintes tópicos: Histórico, Responsabilidade Social nas empresas, Fundamentação Teórica, Conceito, Auditoria, Modelo de Balanço Social. Para a elaboração desse trabalho, foi utilizado um estudo bibliográfico e pesquisas feitas em livros, revistas, artigos e sites da internet, no intuito de proporcionar a oportunidade de enriquecer o conhecimento com relação a importância do Balanço Social e à responsabilidade social das empresas a partir das demonstrações dos seus dados contábeis. Com visão inovadora, sendo ênfase em Balanço Social e Responsabilidade Social, foi atingido o objetivo proposto, onde através das pesquisas realizadas, obteve-se a possibilidade de se aprofundar no conhecimento deste assunto.

**Palavras-Chave:** Balanço social; Responsabilidade social; Transparência; Ética.

## ABSTRACT

In recent decades companies have begun to realize and be more concerned with their social obligations. The preparation and publication of social balance is one of the most important practices in the strategic management of social responsibility. This tool allows companies to plan, evaluate and improve their activities, developing transparency for their actions and creating a channel of communication and dialogue with civil society. This article aims to broaden knowledge, business and society in relation to the Social Report and Social Responsibility. In this case, the following topics were boarded: Historic, Social Responsibility in business, Theoretical Foundation, Concepts, Audit, Social Model. In carrying out this work, we used a bibliographical study and research in books, magazines, articles and websites in order to provide an opportunity to obtain further knowledge regarding the importance of Social and corporate social responsibility from statements of its accounting data. With innovative vision, with emphasis on Social and Social Responsibility, we reached our objective, which through the research conducted, we had the possibility to deepen their understanding of this subject.

**Keywords:** Social report; Social responsibility; Transparency; Ethics.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2 HISTÓRICO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL E DO BALANÇO SOCIAL .....</b>	<b>11</b>
<b>3 RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS.....</b>	<b>13</b>
<b>4 BALANÇO SOCIAL.....</b>	<b>16</b>
<b>5 CONCEITO DE BALANÇO SOCIAL.....</b>	<b>18</b>
5.1 A Função e Objetivo do Balanço Social.....	19
5.2 Legislação do Balanço Social.....	222
5.3 Princípios e Critérios da Estrutura do Balanço Social .....	222
5.4 Usuários do Balanço Social .....	23
5.5 Balanço Social como Instrumento de Qualidade e Ética nas Empresas .....	25
5.5.1 Ética: razões e justificativas .....	27
5.6 Limites do Balanço Social.....	28
<b>6 AUDITORIA DO BALANÇO SOCIAL .....</b>	<b>30</b>
<b>7 MODELO DE AUDITORIA DO BALANÇO SOCIAL .....</b>	<b>33</b>
<b>8 BALANÇO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL .....</b>	<b>35</b>
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>36</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>38</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Com a evolução das comunicações e a globalização da economia, surgiu a necessidade de as empresas divulgarem, a cada ano, com maior transparência e para um público mais abrangente e consciente, os seus balanços sociais, com informações sobre suas ações sociais e o meio ambiente. O Balanço Social é de suma importância para a mensuração do papel social das empresas junto à sociedade, pois a população está cada vez mais exigente e exigirá das empresas uma maior responsabilidade social.

É interessante para as empresas, a exposição de suas ações sociais, visto que a valorização destas contribui para a aceitação de seus produtos no mercado e obtenção de recursos que levam ao desenvolvimento da empresa. Outrossim, as informações no Balanço social ganham cada vez mais importância no que se refere à concessão de crédito com os bancos, clientes e fornecedores, que estão intimamente ligados à perenidade da empresa.

Para a elaboração desse trabalho, foi utilizado um estudo bibliográfico e pesquisas feitas em livros, revistas, artigos e sites da internet, no intuito de proporcionar a oportunidade de enriquecer o conhecimento relativo à importância do Balanço Social e à responsabilidade social das empresas a partir das demonstrações dos seus dados contábeis.

Este artigo tem por objetivo ampliar os conhecimentos das empresas e sociedade com relação ao Balanço Social e à Responsabilidade Social. Com isso, foram abordados os seguintes tópicos: Histórico da Responsabilidade Social e do Balanço, Responsabilidade Social nas empresas, Fundamentação Teórica, Conceito DE BALANÇO SOCIAL, Auditoria DO BALANÇO SOCIAL, Modelo de Balanço Social.

Com visão inovadora, sendo ênfase em Balanço Social e Responsabilidade Social, atingiu-se o objetivo proposto, onde, através das pesquisas realizadas, obteve-se a possibilidade de maior aprofundamento no conhecimento deste assunto.

As empresas em geral, têm, agora, uma ferramenta de análise de dados muito poderosa que é o Balanço Social. Essa ferramenta poderá ser usada para gerenciamento da área financeira, como também para gerenciamento paralelo de informações gerenciais.

## 2 HISTÓRICO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL E DO BALANÇO SOCIAL

De acordo com Silva e Freire (2001, p.124), foi a partir dos anos 60 nos Estados Unidos da América e no início da década de 70 na França, Alemanha e Inglaterra que a sociedade iniciou uma cobrança por maior responsabilidade social das empresas e consolidou-se a própria necessidade de divulgação dos chamados balanços ou relatórios sociais.

A responsabilidade social das empresas popularizou-se nos anos 70, na Europa. E foi a partir desta idéia que, em 1971, a companhia alemã (Operates Hard Coal-Fired Power Plants In Germany) produziu uma espécie de relatório social, um balanço de suas atividades sociais. Porém, o que pode ser classificado como um marco na história dos balanços sociais, aconteceu na França em 1972, quando a SINGER<sup>1</sup> fez o, assim chamado, primeiro Balanço Social da história das empresas.

Na França, várias experiências consolidaram a necessidade de uma avaliação mais sistemática por parte das empresas no âmbito social. Até que, em 12 de julho de 1977, foi aprovada a lei 77.769, que tornava obrigatória a realização de balanços sociais periódicos para todas as empresas com mais de 700 funcionários. Este número caiu posteriormente para 300.

No Brasil, a mudança de mentalidade empresarial já pode ser notada a partir da “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas” desde a sua publicação, em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristão de Empresas do Brasil (ADCE Brasil). Na década de 80, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) chegou a elaborar um modelo, porém, só a partir do início dos anos 90 é que algumas empresas – muito poucas – passaram a levar a sério esta questão e divulgar sistematicamente em balanços e relatórios sociais as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários.

---

<sup>1</sup> SINGER foi pioneira na introdução do sistema de vendas a prazo. A empresa cresceu no mercado mundial e o nome Singer se firmou como sinônimo de máquina de costura.

Desta forma, o Balanço Social de Nitrofertil<sup>2</sup>, é considerado o primeiro documento brasileiro do gênero, que carrega o nome de Balanço Social. No mesmo período, estava sendo realizado o Balanço Social do sistema Telebrás, publicado em meados da década de 80. O do Banespa, realizado em 1992, compõe a lista das empresas precursoras do Balanço Social no Brasil.

Há muito se fala em responsabilidade social das empresas e, de fato, pode-se observar que algumas, no Brasil, têm levado a sério suas relações com a comunidade, com o meio ambiente e com seu próprio corpo de funcionários. Nos últimos anos, essas relações tornaram-se uma questão de estratégia financeira e de sobrevivência empresarial, quando pensada a longo prazo. Isto sem falar, é claro, do lado ético e humano que a responsabilidade social envolve e, por sua vez, pode desenvolver.

Nos anos 60, nos EUA e na Europa, o repúdio da população à guerra do Vietnã deu início a um movimento de boicote à aquisição de produtos e ações de algumas empresas ligadas ao conflito. A sociedade exigia uma nova postura ética e diversas empresas passaram a prestar contas de suas ações e objetivos sociais. A elaboração e divulgação anual de relatórios com informações de caráter social resultaram no que hoje se chama Balanço Social.

As experiências em países como os EUA, Bélgica, França e Portugal, entre outros, apontam com clareza que a motivação que leva à elaboração Social está ligada à necessidade que têm as empresas de um planejamento estratégico de amplo alcance. Hoje, mais do que nunca, para o desenho de planos de desenvolvimento baseados na reorganização produtiva, tecnológica, administrativa e organizacional é muito importante ter clara a estrutura das variáveis mais propriamente sócio-culturais.

---

<sup>2</sup> Empresa estatal situada na Bahia, seu primeiro Balanço Social foi realizado em 1984.

### 3 RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

A Responsabilidade Social é um assunto que a cada dia ganha mais importância. As empresas estão conscientizando-se da relevância do tema e o tratam com mais atenção no decorrer de cada exercício. Vale ressaltar que a Responsabilidade Social Corporativa não está situada apenas no âmbito da caridade ou da filantropia, tradicionalmente praticada pela iniciativa privada. Seu conceito está muito mais próximo das estratégias de sustentabilidade de longo prazo das empresas que, em sua lógica de performance e lucros, passam a incluir a necessária preocupação com os efeitos das atividades desenvolvidas e o objetivo de proporcionar bem-estar para a sociedade.

Na visão de governança corporativa, exclusivamente direcionada para a performance financeira, o exercício da responsabilidade social pode ser entendido, à primeira vista, como um custo adicional para as empresas, seus sócios e acionistas, pois são recursos que de outra maneira estariam sendo reinvestidos ou distribuídos sob forma de lucros e dividendos (VASCONCELOS, 2001 p.132).

Essa preocupação por parte das empresas origina-se também da própria sociedade, que aparenta cobrar daquelas uma postura ética e transparente, nas quais a evidenciação do que as mesmas têm feito em favor do meio ambiente, da economia e da sociedade deve ser ressaltado.

Mas, até que ponto as empresas são responsáveis pelas alterações que causam no meio em que estão inseridas? Debates acerca deste assunto são constantes. Percebe-se hoje, a existência de diversos órgãos e instituições empenhadas em fazer com que as empresas adotem uma postura responsável, e sejam “Empresas Cidadãs”, preocupadas com as gerações futuras e o desenvolvimento sustentável.

O meio pelo qual as empresas apresentam suas ações no campo econômico, social e ambiental à sociedade em geral, clientes, fornecedores, governo e financiadores, é por intermédio de relatório social, mais conhecido por Balanço

Social, que pode ser visto também como uma forma de divulgar a imagem, apesar de os benefícios trazidos pela prática da responsabilidade social serem de difícil mensuração, por muitas vezes tratarem-se de valores subjetivos (SOUZA; TORRES, 2009).

Atualmente, um grande número de empresas públicas divulga o Balanço Social. Percebe-se assim, uma mudança de cultura. Por isso, faz-se necessário que as empresas adequassem às mudanças impostas pelo constante processo de globalização. Pires e Arrigoni (2004, p.2) dizem que: “as empresas de maneira geral, devem estar atentas às mudanças que ocorrem no mundo, devendo sempre que possível, acompanhá-las, sob pena de comprometer sua continuidade se não o fizer”.

As empresas, hodiernamente, vêm assumindo uma função social cada vez mais importante, sendo assim um “agente social”, desempenhando, de certa forma, algumas funções que seriam de obrigação do Estado.

As transformações sócio-econômicas dos últimos 20 anos têm afetado profundamente o comportamento de empresas até então acostumadas à pura e exclusiva maximização do lucro. Se, por um lado, o setor privado tem cada vez mais lugar de destaque na criação de riqueza, por outro, é bem sabido que com grande poder vem grande responsabilidade. Em função da capacidade criativa já existente e dos recursos financeiros e humanos já disponíveis, as empresas têm uma intrínseca responsabilidade social.

As empresas não devem satisfações apenas aos seus acionistas. Muito pelo contrário, o mercado deve agora prestar contas aos funcionários, à mídia, ao governo, ao setor não-governamental e ambiental e, por fim, às comunidades com que opera. Estas empresas só têm a ganhar na inclusão de novos parceiros sociais em seus processos decisórios. Um diálogo mais participativo não apenas representa uma mudança de comportamento da empresa, mas também significa maior legitimidade social.

A responsabilidade social nos negócios é um conceito que se aplica a toda cadeia produtiva. Não somente o produto final deve ser avaliado por fatores ambientais ou sociais, mas o conceito é de interesse comum e, portanto, deve ser

difundido ao longo de todo e qualquer processo produtivo. Assim como consumidores, empresas também são responsáveis por seus fornecedores e devem fazer valer seus códigos de ética quanto aos produtos e serviços usados ao longo de seus processos produtivos.

A responsabilidade social anda de mãos dadas com o conceito de desenvolvimento sustentável em relação ao ambiente e à sociedade, não só garantindo a não escassez de recursos, mas também ampliando o conceito a uma escala melhor. O desenvolvimento sustentável não só se refere ao ambiente, mas por via do fortalecimento de parcerias duráveis, promove a imagem da empresa como um todo e, por fim, leva ao crescimento orientado. Uma postura sustentável é por natureza preventiva e possibilita a prevenção de riscos futuros, como impactos ambientais ou processos judiciais.

A globalização traz consigo demandas por transparência. Não bastam apenas os livros contábeis. As empresas são gradualmente obrigadas a divulgar sua performance social e ambiental, os impactos de suas atividades e as medidas tomadas para a prevenção ou compensação de acidentes. Nesse sentido, elas serão obrigadas a publicar relatórios anuais, onde sua performance é aferida nas mais diferentes modalidades possíveis. Muitas delas já o fazem em caráter voluntário, mas muitos prevêem que relatórios sócio-ambientais serão compulsórios num futuro próximo.

## **4 BALANÇO SOCIAL**

O Balanço Social alia três grandes realidades de uma empresa: a humana, a econômica e a social. Por tratar de realidades diferentes de empresa para empresa, cada uma deve poder escolher os seus indicadores, definindo as metas a serem atingidas no campo social.

Além da busca de resultados econômicos, as empresas podem e devem contribuir para a sociedade e o meio ambiente em que está inserida, buscando um desenvolvimento sustentável na forma de ações, compromissos e práticas de responsabilidade social.

Pode-se dizer que o Balanço Social é um instrumento gerencial social para um fator de distanciamento entre empresa, sociedade, colaboradores e governo. Explicitar informações o mais claro possível é primordial para a aceitação e correta utilização do gerenciamento.

Definir um modelo para esta demonstração, ou escolher indicadores de controle e análise para ela, deve ser uma tarefa definida de maneira participativa, com representantes de todos os níveis da empresa, e não apenas pela alta diretoria. Indicadores que refletem o desempenho da empresa no campo humano e social, são essenciais para dar maior credibilidade ao Balanço Social, assim como a indicação do grau de satisfação dos empregados.

O Balanço Social favorece a todos os grupos que interagem com a empresa. Aos dirigentes fornece informações úteis à tomada de decisões relativas aos programas sociais que a empresa desenvolve. Aos fornecedores e investidores, informa como a empresa encara suas responsabilidades em relação aos recursos humanos e à natureza, o que é um bom indicador da forma como a empresa é administrada. Para os consumidores, dá uma idéia de qual é a postura dos dirigentes e a qualidade do produto ou serviço oferecido, demonstrando o caminho

que a empresa escolheu para construir sua marca. E ao Estado, ajuda na identificação e na formulação de políticas públicas.

O Balanço Social deve expressar as intenções e as atividades realizadas pela empresa da forma mais transparente possível e isso só acontecerá se todos os envolvidos (gerentes, empregados, administradores) estiverem dispostos a contribuir, contando não apenas os resultados positivos, mas os negativos. Porém, há uma dúvida: será que realmente acontece? Demonstrar suas falhas não pode ser perigoso para sua reputação?

Nesses últimos anos, cresceu significativamente o número de empresas que investem na produção de um Balanço Social, mas existe uma questão muito importante que precisa ser analisada: será que todas realmente percebem a importância de se ter um Balanço Social ou o fazem por imposição de mercado? Afinal, por que o Balanço Social é tão importante?

## 5 CONCEITO DE BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa, reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, seus clientes, seus acionistas e a comunidade.

Segundo Ribeiro e Lisboa, (1999, p.32):

Embora o Balanço Social tenha sua origem na contabilidade, não deve ser visto como um demonstrativo meramente contábil, mas como uma forma de explicar a preocupação das empresas com o cumprimento de sua responsabilidade social. Constitui-se num distintivo de qualidade para aqueles que o adotarem.

Fazer e publicar o balanço social é mudar a visão tradicional, em que a empresa deveria tratar apenas de produzir e obter lucro, sem se preocupar com a satisfação de sua força de trabalho e com o ambiente externo, para uma visão moderna em que os objetivos da empresa incorporam sua responsabilidade social.

A palavra balanço tem o mesmo sentido da balança, compreendendo, a noção de equilíbrio. Sua origem vem do tema latim *bilancis* (*Bi* = dois; *lancis* = pratos de balança) *social audit*, para os nortes-americanos; *sozialbilanz*, para os alemães e *bilan social*, para os franceses.

Nas constantes buscas de aperfeiçoamento sobre o assunto, pesquisadores e especialistas têm procurado as melhores definições para o balanço social. Assim, Freire e Silva, (2001, p.165) formulam a sua definição: “O balanço social é o conjunto de informações com base técnico-contábil, gerencial e econômica, capaz de proporcionar uma visão da relação capital-trabalho no que diz respeito a seus diferentes aspectos econômico-sociais”.

Para Tinoco<sup>3</sup> (2002, p.135), em seu artigo, o balanço social é definido como sendo: “um instrumento de gestão, e de informação que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais do desempenho das entidades aos mais diferenciados usuários”.

Para Santos e Silva (1999, p.118),

O Balanço Social é um poderoso referencial de informações nas definições de políticas de recursos humanos, nas decisões de incentivos fiscais, no auxílio sobre novos investimentos e no desenvolvimento da consciência para a cidadania.

Pode-se assim dizer que o Balanço Social é um dos documentos importantes das empresas, uma vez que seu objetivo é a divulgação de informações sobre o desempenho econômico e financeiro destas, além de ser um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social.

À medida que se vão formando definições básicas sobre o Balanço Social, evidencia-se que, mesmo com enfoques diferentes, todos objetivam demonstrar que este balanço deve ser meio de mensuração e divulgação do nível de responsabilidade e interação da empresa com o meio ambiente e bem estar social, ou seja, a participação da mesma no trabalho de defesa da melhor qualidade de vida para os membros da sociedade no qual ela está inserida.

### **5.1 A Função e Objetivo do Balanço Social**

A função principal do Balanço Social é tornar pública a responsabilidade social da empresa. Isto faz parte do processo de pôr as cartas na mesa e mostrar com transparência para o público em geral (consumidores, acionistas, investidores), o que ela está fazendo na área social. Assim, para além das poucas linhas que algumas empresas dedicam nos seus balanços patrimoniais e dos luxuosos modelos próprios de balanço social que estão surgindo, é necessário um modelo único, que sirva para avaliar o próprio desempenho da empresa na área social ao longo dos anos, como também para se fazer comparação entre uma e outra. Segundo Tinoco (2002, p.135), a empresa que cumpre seu papel social atrai mais consumidores e

---

<sup>3</sup> Mestre e Doutor em Contabilidade e Controladoria.

está investindo na sociedade e no próprio futuro. Ao publicar seu balanço social, está mostrando à sociedade suas ações. Desta forma, esta propaganda será cada vez mais verdadeira e honesta, na justa medida em que utilizar parâmetros iguais e permitir comparações por parte dos consumidores, investidores e da sociedade em geral.

Com isso, desde meados de 1997, o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, e o IBASE<sup>4</sup> vêm batendo na mesma tecla e chamando à atenção dos empresários e toda a sociedade para a importância e a necessidade de realização do balanço social das empresas em um modelo único e simples, modelo este, foi desenvolvido em 1998 no IBASE, em parceria com diversos representantes de empresas públicas e privadas, a partir de inúmeras reuniões e debates com setores da própria sociedade.

De acordo com o Instituto Ethos (2001, p.81), o objetivo principal de quem atua na área da responsabilidade social deve ser obviamente, a diminuição da pobreza e das injustiças sociais, através da construção de uma cidadania empresarial. Ou seja, desenvolver uma sólida e profunda responsabilidade social nos empresários e nas empresas, na busca por um desenvolvimento humano maior, melhor e mais justo e na preservação ambiental.

A ampliação do número de empresas que publiquem seu balanço social, deve ser o grande objetivo deste momento, e, para isso, é preciso somar esforços. Cabe aqui ressaltar que, se o custo de publicar em balanço social neste modelo simples é bem próximo a zero, esta decisão passa para esfera da vontade política e do nível de compromisso que cada empresa tem com a sociedade.

Algumas iniciativas de se lançar a idéia e a prática da realização do balanço social e de estímulo à responsabilidade social das empresas vêm acontecendo nos últimos anos de acordo com o IBASE. Porém, mais do que nunca, precisam continuar a ser ampliadas e incentivadas. Desta forma, o IBASE vem colocando em foco este tema por acreditar que a parceria entre empresas, governo

---

<sup>4</sup> Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas – IBASE, define Balanço Social como um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

e sociedade é fundamental para a redução da pobreza e da injustiça social, promovendo um maior progresso e desenvolvimento social e humano. Contudo, muito ainda precisa ser estudado, pesquisado, e realizado na prática para que esta idéia possa, de fato, gerar frutos concretos para toda a sociedade.

O Balanço Social é uma demonstração que tem como objetivo genérico, suprir as necessidades de apresentação de informações de caráter social e ecológico, especificamente:

a) Revelar, conjuntamente com as demais demonstrações contábeis, a solidez da estratégia de sobrevivência e crescimento da entidade;

b) Evidenciar, com indicadores, as contribuições à qualidade de vida da população;

c) abranger o universo das interações sociais entre clientes, fornecedores, associações, governo, acionistas, investidores, universidade e outros;

d) Apresentar os investimentos no desenvolvimento de pesquisas e tecnologias;

e) Formar um banco de dados confiável para a análise e tomada de decisões dos mais diversos usuários;

f) Ampliar o grau de confiança da sociedade na entidade;

g) Contribuir para a implementação e manutenção de processos de qualidade, sendo a própria demonstração do Balanço Social um parâmetro para tal;

h) Medir os impactos das informações apresentadas no Balanço Social perante a comunicação dos negócios; no amanhã da entidade; na marca/goodwill, na imagem do negócio;

i) Verificar a participação do quadro funcional no processo de gestão (gestão participativa);

j) Servir de instrumento para negociações laborais entre a direção da entidade e sindicatos ou representantes dos funcionários;

k) Melhorar o sistema de controle interno, permitindo qualificar o ambiente organizacional, numa perspectiva de confirmar a regularidade da gestão identificada com o gerenciamento social e ecologicamente correto;

l) Clarificar os objetivos e as políticas administrativas, julgando a administração não apenas em função do resultado econômico, mas também dos resultados sociais.

## **5.2 Legislação do Balanço Social**

Em maio 1997, a deputada federal pelo Partido dos Trabalhadores do Estado de São Paulo, Marta Suplicy, apresentou na Câmara dos Deputados o projeto de Lei nº 3.116/97<sup>5</sup>, que visava sobre Balanço Social e Responsabilidade Social das empresas no Brasil. O projeto objetivava tornar obrigatório, para todas as empresas com mais de 100 funcionários, a divulgação anual de Balanço Social.

Em 23 de outubro de 1998, o Projeto nº 39/37<sup>6</sup>, que criava o dia e o “Selo da Empresa Cidadã do Município de São Paulo”, transformou-se na resolução nº 05/98, que estabeleceu, em nível municipal, 25 de outubro como o “Dia da Empresa Cidadã”, concedendo o selo e o certificado para toda empresa que apresente qualidade em seu Balanço Social. Contudo ainda são poucas as empresas que assumem esta postura de cidadania.

## **5.3 Princípios e Critérios da Estrutura do Balanço Social**

Vasconcelos (2001, p.132) mostra que os Balanços Sociais vêm adquirindo a consistência e a credibilidade de que gozam os relatórios financeiros. Dessa forma, é importante que os seguintes princípios e critérios sejam observados em sua preparação:

---

<sup>5</sup> Projeto de Lei (PL) n. 3.116/97 - Em 1997, as então deputadas federais Marta Suplicy – PT/SP, Maria da Conceição Tavares - PT/RJ e Sandra Starling - PT/MG -que concluíram seus mandatos em 31.01.1998- apresentaram o Projeto de Lei (PL) 3.116/97, que dispunha a respeito da criação e da obrigatoriedade do balanço social para todas as empresas públicas, bem como para as empresas privadas com 100 ou mais empregados.

<sup>6</sup> Projeto de Resolução 39/97 - A vereadora Aldaíza Sposti cria o dia e o selo empresa cidadã às empresas que apresentarem qualidade em seu balanço social e dá outras providências.

1- Relevância – As informações apresentadas serão julgadas úteis caso sejam percebidas como relevantes não só pela empresa, mas também pelos seus diferentes usuários, exigindo um grau de conhecimento quanto às expectativas e necessidades desses usuários.

2- Comparabilidade – A expectativa dos usuários do Balanço Social é a possibilidade de comparação dos dados apresentados pela empresa com os de períodos anteriores e com os de outras organizações, o que exige consistência na escolha, mensuração e apresentação dos indicadores.

3- Regularidade – para garantir que os diferentes públicos possam acompanhar os resultados e tendências de natureza ambiental, econômica e social da empresa, o relatório deve ser apresentado em intervalos de tempos regulares. Apesar de ser anualmente deve ser considerada a possibilidade de atualizações de acordo com o tipo de determinadas informações.

4- Veracidade – Realizar auditoria das informações contidas no relatório para sua credibilidade. Diante da exigência crescente das partes interessadas por transparência, as empresas devem estar preparadas para responder pela integridade dos indicadores. Apresentar comentários e avaliações feitas por especialistas externos.

5- Clareza – Procurar apresentar os relatórios com clareza, cautela no uso de termos técnicos e científicos para que o público tenha um melhor entendimento.

#### **5.4 Usuários do Balanço Social**

O Balanço Social deve observar os requisitos solicitados pelos mais diversos usuários, ou seja, servir como um instrumento capaz de agregar valor, causar surpresa e desencadear ações. Os usuários mais importantes das informações contábeis dividem-se em dois grupos: os usuários internos e usuários externos.

Os usuários internos são todas as pessoas que atuam dentro das entidades, todos os colaboradores que integram o gerenciamento no processo decisório. Exemplo:

1- Trabalhadores: As informações contidas na demonstração do Balanço Social podem proporcionar aos trabalhadores subsídios para negociação com a categoria patronal. Também são importantes por apresentar indicadores que revelam a influência que a entidade exerce sobre a sociedade e divulgar as ações desenvolvidas em benefício do quadro funcional, além de construir um conjunto de características que representam o perfil de seus funcionários (faixa etária, faixas salariais, qualificação, escolaridade).

2- Acionistas: Aos acionistas oferece um conjunto de informações que complementam as demonstrações contábeis e financeiras, registrando ações na área social e ecológica, permitindo maior segurança na tomada de decisão em relação a seus investimentos.

3- Diretores/Administradores: com os diretores/administradores, o Balanço Social contribui por se constituir num instrumento de controle, de planejamento e de tomada de decisões, permitindo identificar tendências e oportunidades internas e externas, desencadeando ações capazes de melhorar os ambientes internos e externos. Os usuários externos são os investidores, fornecedores, clientes, sociedade, governo que formam um grupo amplo em grau de importância e de interesse.

4- Fornecedores: Aos fornecedores, demonstrar as políticas implementadas na área social e econômica, aumentando sua confiabilidade em relação à entidade com a qual negociam.

5- Clientes: O Balanço social apresenta a entidade a seus clientes, demonstrando a qualidade interna e externa da organização, servindo, dessa maneira, como um instrumento informativo.

6- Sociedade: O Balanço Social desenvolve-se com a intenção de suprir a necessidade informativa, deixando a comunidade a par dos acontecimentos.

7- Governos: No Balanço Social o Poder Público poderá preparar um banco de dados, confiável, possibilitando a geração de informações, verificar os tributos recolhidos, verificar o potencial de arrecadação.

8- Estudiosos: A agregação dos diversos balanços sociais gera um banco de dados, servindo para a melhor compreensão da realidade, desencadeando o estudo e desenvolvimento de novas pesquisas, sejam na área econômica, na contábil, na administrativa, na social.

9- Concorrentes: São os usuários das informações do Balanço Social, pois aproveitam os dados para investigar a vida da entidade divulgada, projetando o nível de competitividade, novas tendências, distribuição de mercado.

10- Sindicatos: Os sindicatos podem aproveitar as informações do Balanço Social para aprimorar o processo de negociação com a classe empresarial, verificar as ações implementadas na área social.

## **5.5 Balanço Social como Instrumento de Qualidade e Ética nas Empresas**

As organizações necessitam entender como as pessoas trabalham e como elas se relacionam com a tecnologia e como trocam conhecimento, para desenvolver a mais eficiente tecnologia que possa ser aplicada e a possibilidade de aumento de adoções satisfatórias. Um sistema de indicadores vinculados à estratégia da organização representa uma base clara e objetiva para alinhar todas as atividades e processos com a estratégia e as metas da organização (KROETZ, 2000, p.85).

O Balanço Social poderá divulgar indicadores, consubstanciados no planejamento estratégico que revelam as tendências do futuro da entidade, agregando parte do relatório da administração a seu corpo de informações, numa visão pró-ativa. Segundo Raupp (1999 *apud* KROETZ, 2000, p.81):

Os indicadores resultantes do processo de avaliação contínua da satisfação de empregados, clientes e acionistas são acompanhados e gerenciados com o auxílio da Contabilidade Gerencial, formando um conjunto de medidas que fornece à alta administração visão rápida e abrangente do negócio.

Kroetz (2000, p.82) descreve a contribuição do Balanço Social para a qualidade dos negócios alegando que:

É essencial, pois será o Balanço Social uma demonstração que irá divulgar os investimentos e as influências da entidade para com o ambiente externo, e será ainda um importante instrumento gerencial, à medida que apresentar diversos indicadores e parâmetros, capazes de interferir no desenvolvimento do planejamento organizacional, em todos os seus níveis.

Na realidade, a conclusão a que se pode chegar é que se pretende em qualquer entidade a construção de um estado harmônico ou a sintonia entre contabilidade, balanço social, qualidade, organização, comunidade e meio ambiente, conjunto que congrega a intenção da busca da qualidade organizacional, social e ambiental.

A atuação baseada em princípios éticos elevados e a busca de qualidade nas relações são manifestações da responsabilidade social empresarial. Numa época em que a transparência passou a ser a “alma do negócio”, tornou-se um fator de legitimidade social e um importante atributo positivo para a imagem pública e reputação das empresas, ser transparente para a sociedade. Carvalho (1991, p.75), relata que é uma exigência cada vez mais presente a adoção de padrões de conduta ética que valorizem o ser humano, a sociedade e o meio ambiente.

Relações de qualidade constroem-se a partir de valores e condutas capazes de satisfazer necessidades e interesses dos parceiros, gerando valor para todos. Empresas socialmente responsáveis estão mais bem preparadas para assegurar a sustentabilidade a longo prazo dos negócios, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetam a sociedade e o mundo empresarial. O necessário envolvimento de toda a organização na prática da responsabilidade social gera sinergias, precisamente com os públicos dos quais ela tanto depende, e que fortalecem seu desempenho global.

A empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, e pagar impostos, observando as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade melhor.

Prática da responsabilidade social revela-se internamente na constituição de um ambiente de trabalho saudável e propício à realização profissional das pessoas. A empresa, com isso aumenta sua capacidade de recrutar e manter talentos, fator chave para seu sucesso numa época em que criatividade e inteligência são recursos cada vez mais valiosos.

Carvalho (1991, p.75) informa que:

A competição acirrada torna vital a fidelização dos consumidores e clientes, que têm cada vez mais acesso à informação e à educação. A adoção de um comportamento que ultrapassa as exigências legais agrega valor à imagem da empresa, aumentando o vínculo que seus consumidores e clientes estabelecem com ela.

A empresa demonstra sua responsabilidade social ao comprometer-se com programas sociais voltados para o futuro da comunidade e da sociedade. O investimento em processos produtivos compatíveis com a conservação ambiental e a preocupação com o uso racional dos recursos naturais também tem importante valor simbólico, por serem de interesse tanto dela quanto da coletividade. Isso demonstra que a empresa revela sua crença no preceito de que só uma sociedade saudável pode gerar empresas saudáveis.

### **5.5.1 Ética: razões e justificativas**

De acordo com a Petrobras (2009), existem várias razões para se justificar a importância da ética na formulação e execução da estratégia empresarial, dentre elas, as seguintes:

1- A opinião pública espera das empresas um comportamento ético, onde empresários estão percebendo que as pessoas já não se contentam apenas com qualidade, preço baixo, bons serviços e marca de prestígio. Os consumidores querem produtos de empresas que demonstrem preocupações sociais, que respeitem o meio ambiente, que não utilizem o trabalho infantil e que apoiem projetos a comunidades carentes.

2- Uma empresa que trata com dignidade seus empregados cria um ambiente interno mais saudável e atrai e mantém empregados qualificados e motivados, pois em um mundo em que as empresas agregam os avanços

tecnológicos e competem no mercado global, a busca pela maior produtividade e o aprimoramento emocional de seus empregados é que asseguram a competitividade da empresa. Por conta disso é que na seleção de empregados, as empresas estão cada vez mais preocupadas em avaliar o aspecto ético dos candidatos. A maioria dos jovens procuram trabalhar em empresas que tenham uma responsabilidade mais ampla com a comunidade, em que o ambiente interno seja transparente, de liberdade e respeito.

3- Aumento de vendas decorrentes da melhoria da imagem, uma vez que a reputação de integridade é um patrimônio de valor inestimável. Da mesma forma que uma conduta anti-ética pode levar uma empresa a perder uma boa parte do lucro de seu mercado, o comportamento ético pode contribuir para obtenção de excelência empresarial.

4- As empresas éticas são, em geral, bem-sucedidas e tendem a conseguir mais facilmente acesso a recursos de fundo de investimentos. Por isso, quanto mais compromissada com valores éticos uma empresa se mostrar, mais pessoas vão confiar nela e mais benefícios auferirão, valendo-se de relações sólidas com todos os agentes participantes do processo produtivo.

## **5.6 Limites do Balanço Social**

O Balanço Social, sendo uma demonstração da responsabilidade social e ecológica da entidade, a qual irá correlacionar de maneira mais direta a organização com a sociedade, deve observar alguns pressupostos no que concerne ao conjunto de informações a serem divulgadas. Para tal, apresentam-se alguns limites inerentes a essa demonstração, como discutidas a seguir, apresentada por Vasconcelos (2001, p.132).

### **a) Privacidade**

A demonstração do Balanço Social não deve atentar contra os direitos em temas de privacidade, dos indivíduos ou das instituições. Todas as informações devem ter o consentimento das partes interessadas, a não ser em caso de exigência da legislação.

#### b) Sigilo

Não apresentar informações que são de caráter essencial para a organização, transformando-se em vantagens comparativas, as quais, se divulgadas, poderão comprometer a eficácia e própria continuidade da entidade.

#### c) Subjetividade

O Balanço Social deverá retratar somente a verdade, sendo vedada a publicação de elementos de caráter especulativo. Dessa forma, opiniões, suposições, não merecem ser publicadas, evitando assim, a criação de possíveis interpretações errôneas que venham prejudicar os usuários e a própria organização em suas análises e tomada de decisão.

#### d) Uniformidade

As informações de ordem social e ecológica deverão ser feitas de maneira fácil e compreensível, evitando erros de interpretação e transformando o Balanço Social em um instrumento qualitativo. A uniformidade é importante para a comparação com outros balanços, objetivando acompanhar a evolução de seus componentes.

#### e) Utilidade

A informação deve ser definida como o “conteúdo de uma mensagem que seja capaz de causar surpresa ao receptor e levá-lo a desencadear uma ação (Por que as aspas?)”. A construção dessa ação vai ao encontro das necessidades de diversos usuários, implicando na identificação de um ponto de equilíbrio entre a quantidade e a qualidade da informação.

#### f) Economicidade

A economicidade é o sistema da vitalidade da riqueza que garante a sobrevivência do patrimônio. Dela dependem a eficácia da liquidez e o exercício eficaz do sistema da resultabilidade. Com isso, a demonstração de Balanço Social não deve gerar gastos absurdos, em que os custos sejam superiores ao benefício da informação.

## 6 AUDITORIA DO BALANÇO SOCIAL

A auditoria revela-se como uma avaliadora sistema transações, procedimentos, operações e demonstrações financeiras, sociais e critérios estabelecidos e emitir um parecer com opinião e recomendações, amplo e total, inclusive no caso do Balanço Social (VASCONCELOS, 2001, p.132).

A Auditoria do Balanço Social avalia as áreas através dos indicadores de responsabilidade social, desempenho econômico e desempenho social e tem como objetivo verificar a conformidade da gestão e identificar os pontos fortes e fracos, as ameaças e as oportunidades que se apresentam, com o intuito de construir um relatório de opinião, capaz de proporcionar subsídios para a tomada de decisões e para o estabelecimento de um plano estratégico de desenvolvimento da responsabilidade social e ecológica da entidade.

A função do auditor é reconhecida como positivamente orientadora para as decisões gerenciais, transformando-se numa tecnologia capaz de, não somente avaliar, mas emitir relatórios de opinião que agreguem valor à organização, contribuindo definitivamente para a prosperidade da micro sociedade, que é a entidade auditada.

Os benefícios da implementação da auditoria do Balanço Social são muitos. Kroetz (2000, p. 90) cita, entre eles:

1. Reduções de riscos ambientais e sociais: O desafio da saúde ambiental evoluiu de um tempo em que se tratava de proteger o homem do ambiente, para a situação contemporânea, em que é preciso proteger o homem das alterações ambientais provocadas pelo próprio homem (FORATTINI, 1992). As diferentes formas de artificialização e poluição fazem parte do conjunto de determinantes físico-químicos dos quadros de saúde e doença. A importância relativa de tais determinantes cresce com o grau que, historicamente, assume a interferência da espécie humana e de sua organização social sobre a biocenose em cada região, dando lugar a verdadeiros ecossistemas antrópicos.

2. Reduções de custos – com implementação de modelos de prevenção: O comprometimento da direção da empresa é decisivo para o sucesso de um Programa de Prevenção à Poluição. É também essencial que, todas as pessoas que não estejam diretamente envolvidas no planejamento e execução do programa sejam sistematicamente informadas do seu andamento, para que possam assimilar todas as mudanças resultantes dessa implantação.

3. Novas oportunidades de mercado - Novas oportunidades estão surgindo para o bacharel em Ciências Contábeis, seja ele contador, gerente contábil, auditor, controller ou de outra especialidade ligada à área. Uma pesquisa realizada, no início deste ano, sobre escassez de talentos em 32 países e com 43 mil empregadores mostrou que os contadores estão na lista das dez profissões mais requisitadas em 17 países. É o terceiro profissional mais procurado no mercado, atrás apenas de engenheiros e administradores.

4. Maior confiança na organização, por parte de investidores, credores e sociedade em geral: Através desta confiança a empresa fortalece seu mercado financeiro.

5. Avaliação dos preceitos de cálculos tributários: a avaliação do preceito tributário não é feita apenas à vista dos seus pressupostos de emanção (validação condicional), mas também em função de seus resultados e da sintonia com os objetivos constitucionais (validação finalística).

6. Maior comprometimento e participação dos empregados: o comprometimento e a participação dos empregados contribuem para o sucesso econômico da empresa, pois com a obtenção de lucro todos saíram ganhando.

7. Maior nível de qualidade organizacional e social - Não existem, ainda, normas internacionais capazes de disciplinar o processo de auditoria do Balanço Social. Entretanto, com o início e divulgação de um maior número de informações sociais e ecológicas, poder-se-á chegar, no curto prazo, a estabelecer parâmetros, originando os futuros princípios ecológica e socialmente aceitos, à semelhança dos princípios contábeis e das normas internacionais de auditoria, que evoluíram ao longo do tempo, baseados em experiências de empresas norte-americanas Kroetz (2000, p.35).

Na busca da efetivação desses benefícios, é necessária a construção de um modelo de auditoria para o Balanço Social, que deve procurar contemplar todas as metodologias voltadas às atividades de auditoria

## 7 MODELO DE AUDITORIA DO BALANÇO SOCIAL

Segundo Cook (*apud* KROETZ, 2000, p.90) a auditoria,

É o estudo e avaliação sistemáticos de transações, procedimentos, operações e das demonstrações financeiras – acrescenta-se sociais e ecológicas (Balanço Social) – resultantes. Sua finalidade é determinar o grau de observância dos critérios estabelecidos e emitir um parecer (relatório de opinião e recomendações, no caso do Balanço Social) sobre o assunto.

Para que se iniciem as fases do processo de auditoria, considerando como sendo de execução, deve-se ter conhecimento de certos aspectos da empresa, tais como: conhecimento das políticas de gestão; os objetivos organizacionais; o ambiente organizacional; e, ainda, o ambiente externo. Desta forma, o auditor, como afirma Kroetz (2000, p.97), “na condição de avaliador, constrói uma visão global da entidade”.

Após essa fase, considerada como preliminar, parte-se para as fases de execução da auditoria, que são: planejamento, execução, avaliação de desempenho e comunicação dos resultados.

### a) Planejamento

A fase de planejamento pode ser considerada como a mais importante do processo, devendo ser descrita com o máximo de detalhes possível, onde deve haver um alto comprometimento da empresa, no sentido de colaboração, fornecendo as informações necessárias e dando acesso adequado para a realização de exames, dando liberdade para que a auditoria seja executada.

Kroetz (2000, p.98) afirma que “o planejamento é a parte mental do programa que será posteriormente executado”. Dentro dessa fase é necessária a definição dos objetivos da auditoria social, que no caso, seria o de comprovar o nível de Responsabilidade Social adotado pela empresa quanto à cidadania, meio-ambiente e recursos humanos. Cada qual, sendo inicialmente, analisado

separadamente, para que ao final, os resultados dos três aspectos sejam analisados em conjunto para se chegar ao diagnóstico desejado.

O auditor deve identificar os pontos que devem ser observados, para que possa obter as informações desejadas para constatar a conformidade ou não com relação ao esperado. Deve, ainda, determinar as técnicas a serem aplicadas e estabelecer os procedimentos a serem utilizados. Ao final, o auditor, antes da implementação do plano adotado, deve realizar revisão para evitar, conforme Kroetz (2000, p.101) “possíveis desvios e/ou lacunas não identificadas até aquele momento”.

#### b) Execução

A fase de execução representa o processo propriamente dito de auditoria, indo desde o planejamento até a comunicação dos resultados. É durante esta fase que o auditor elabora os papéis de trabalho, onde, através destes, obterá as evidências necessárias que o auxiliarão a chegar aos resultados, e conhecer o grau de comprometimento da empresa com seus funcionários.

#### c) Avaliação de Desempenho

Para Kroetz (2000, p.102), “A avaliação examina os aspectos da eficiência e da eficácia antes, durante e após a fase de execução do processo de auditoria”. É uma forma de demonstrar a qualidade da auditoria realizada, de forma a garantir a confiabilidade dos resultados obtidos.

#### d) Comunicação dos Resultados

Esta última fase corresponde ao momento em que são transmitidos os resultados obtidos à administração da empresa para que os avalie, após o que, será elaborado o relatório final.

## **8 BALANÇO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

De acordo com Peixe (2000, p.122), o Balanço Social ainda é uma ferramenta pouco utilizada pelas empresas, mas em decorrência deste ambiente de mudanças, está se desenvolvendo uma nova cultura nas empresas brasileiras, pela sua elaboração e publicação cada vez maior. A partir de 1997, o número de empresas que publicam o balanço social saltou de 10 para 250.

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

A responsabilidade social é um assunto muito discutido. Segundo Ribeiro e Lisboa (1999, p.115), “a empresa como agente econômico tem como missão produzir bens (produtos e serviços) e, conseqüentemente, gerar riqueza. Além de agente econômico, é também um agente social (geração de bem estar social)”, assim tem o dever de prestar contas a sociedade.

Segundo Gonçalves (1980, p.127), a responsabilidade social visa não só aos próprios interesses na atuação da empresa, mas também os interesses públicos. De acordo com este autor:

A sociedade espera que as empresas ajudem a preservar o ambiente, vendam produtos seguros, tratem seus funcionários com igualdade, sejam verdadeiros com seus clientes e cheguem até mais longe [...] ajudando a revitalizar áreas urbanas onde há concentrações de favelas.

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Está cada vez mais difundida, nos vários setores da sociedade, a idéia de que a atual situação do mundo requer atenção especial para sua dimensão social. Várias empresas desenvolvem, nos mais diferentes campos, projetos na educação, no meio ambiente, geração de renda e outros. Conclui-se que as empresas são agentes sociais no processo de desenvolvimento. A dimensão delas não se restringe apenas à determinada sociedade, cidade ou país, mas do modo com que se organiza e, principalmente, atua, por meio de atividades essenciais.

Fazer esta pesquisa proporcionou um melhor entendimento sobre o tema, onde se pôde observar a importância da publicação do Balanço Social, pois através dele é que a sociedade consegue perceber os benefícios e compromissos que a empresa tem para com o meio no qual está inserida. Outrossim, essas relações tornam-se uma questão de estratégia financeira e de sobrevivência empresarial.

O balanço social é uma poderosa arma para combater a corrupção e um instrumento para mostrar a transparência das empresas. É importante deixar claro que não importa se a responsabilidade social é do indivíduo ou da empresa – o importante é que cada um faça o seu papel, pois a união faz a força e juntos pode-se mudar este país.

Desta forma, chega-se a conclusão deste estudo de que o Balanço Social tem a intenção de divulgar as informações sociais e ecológicas, destinadas aos mais diversos usuários (internos e externos) que refletem os impactos de algumas das mutações patrimoniais das entidades na sociedade e no meio ambiente.

Permite-se também concluir que o Balanço Social é um instrumento gerencial que supre uma exigência social, no qual são encontrados dados que auxiliam o planejamento, o controle, a análise, a avaliação e a conseqüente tomada de decisão nas mais diversas esferas empresariais e governamentais.

Trata-se, portanto de uma avaliação para medir e julgar os fatos sociais vinculados à empresa, tanto interna (empresa/empregado) quanto externamente (empresa/ comunidade).

A boa conduta no mundo dos negócios é uma resposta a um ambiente em mudança que tende a condicionar a busca do lucro a padrões éticos de comportamento frente aos mais diferentes públicos da empresa.

Por fim, mas não como idéia final, pois este estudo não se esgota aqui, no que compete à Contabilidade, deve haver um empenho constante no uso de instrumentos que demonstrem aos gestores informações úteis e claras sobre a responsabilidade social que as empresas devem assumir, de forma que a tomada de decisão seja a mais correta possível, tendo por parâmetro a organização como empresa-cidadã.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARVALHO, Luiz Nelson Guedes de. Ecologia e contabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Ano XX, n.75, Abr/Jun de 1991.

GONÇALVES, E. Lima (org.). **Balço social da empresa na América Latina**. São Paulo: Pioneira, 1980.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balço social: Teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

PEIXE, Blênio César Severo. Balço social: o poder da difusão da informação. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Ano XXIX, n.122 mar./abr., de 2000.

PETROBRAS. **Responsabilidade social e ambiental**. Disponível em: <http://www2.petrobras.com.br/portal/frame.asp/pagina=/ResponsabilidadeSocial/portugues/index.asp>. Acesso em: 16 set. 2009.

RIBEIRO, Maisa de Souza; LISBOA, Lázaro Plácido. Balço social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Ano XXVIII, n. 115, jan./fev., 1999.

SANTOS, Odilanei Moraes dos; SILVA, Paula Dnyelle Almeida da. A responsabilidade social da empresa: um enfoque ao balço social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Ano XXVIII, n.118 jul./ago., 1999.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza. **Balço social: Teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2001 p.165.

SOUZA, Herbert de. Empresa pública e cidadã. Disponível em: <http://www.ibase.com.br>. Acesso em: 01 set. 2009.

TORRES, Ciro. Um pouco da historia do balço social. Disponível em: <http://www.balço social.org.br/historico.html>. Acesso em: 10 set. 2009.

VASCONCELOS, Yumara Lúcia. Melhorando a qualidade da informação no balço social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Ano XXX, n.132 nov./dez., 2001.

PIRES, Mirian Albert; ARRIGONI, Fernando José. A ausência de padronização e o seu reflexo na análise dos BS's: um estudo de quatro grandes empresas capixabas. In: SIMPÓSIO FUCAPE DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA, 2., 2004, Vitória. **Anais...** Vitória: FUCAPE, 2004.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balço social**: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001, p.135.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em:<<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 16 nov. 2009.