

Área Temática: Gestão Socioambiental

Título do Trabalho: O Balanço Social e seus Níveis de Evidenciação: Um estudo de caso do Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais.

AUTORES

CARLOS ANTONIO PEREIRA

Universidade Federal de Uberlândia
carlos_ctb@hotmail.com

SÉRGIO LEMOS DUARTE

Universidade Federal de Uberlândia
sergioufu@gmail.com

DARKS FABIANO

Universidade Federal de Uberlândia
darksfabiano@hotmail.com

MÁRCIA FREIRE DE OLIVEIRA

Universidade Federal de Uberlândia
marciafreire@fagen.ufu.br

Resumo

No atual cenário globalizado, as diferenciações competitivas são cada vez mais questionáveis. A rapidez dos avanços tecnológicos e da obtenção da informação, aumentam o desafio aos gestores, que buscam a fidelização do cliente através da valorização da marca, do produto ou da empresa. Este estudo busca identificar as ações voltadas à responsabilidade social empresarial, enquanto fator de aproximação da entidade aos seus diversos *stakeholders*, bem como os meios de divulgação, com ênfase no Balanço Social. Objetivou-se identificar o nível de evidenciação, utilizando o relatório publicado em 2010 pelo Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais. Para as constatações fez-se uma pesquisa bibliográfica e documental, de forma descritiva, através da coleta de dados. Para o caso estudo, ficou constatado o bom nível de evidenciação do Balanço Social divulgado, caracterizando preocupação da entidade em divulgar as ações empresariais tanto no que se refere à preocupação com o ambiente interno, quanto ao externo. O nível de preocupação em expor às ações voltadas à responsabilidade socioambiental, é resultado de uma crescente cobrança do mercado, cada vez mais preocupado e exigente de uma participação mais efetiva da empresa nas questões de sustentabilidade.

Palavras-chave: Balanço Social. Marketing Social. Evidenciação.

Abstract

In recent scenario globalized, competitive differentiations are becoming increasingly questionable. The rapidity of technological advances and obtaining information,

increase the challenge to managers who seek customer loyalty through branding, product or company. This study seeks to identify the actions related to corporate social responsibility, while factor approximation of the entity to its various stakeholders, as well as the media, with emphasis on the Social Report. The objective was to identify the level of disclosure, using the report published in 2010 by the Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais. For findings was made a bibliographical and documentary, descriptive way, by collecting data. For the case study, it was noted the good level of disclosure of the Social Report released, featuring concern of the entity to disclose the business actions both in regard to concern about the internal environment on the outside. The level of concern about exposing the actions aimed at environmental responsibility, is the result of a growing collection of market increasingly worried and demanding a more effective company in sustainability issues.

Key-Words: *Social Report. Social Marketing. Disclosure.*

1. Introdução

Frente a um mundo globalizado, diferenciais competitivos se apresentam como itens cada vez mais escassos e raros. Segundo Zanone (2006, p.5), “o diferencial da organização será cada vez mais a qualidade de suas relações, fundamentadas sobre valores e condutas claros e identificados com seus padrões públicos”. Porter (2004, p.39), escreve que a diferenciação, enquanto estratégia genérica, está na diferenciação do produto ou serviço oferecido, criando algo que seja considerado único. Através disso, as ações empresariais, visando transparecer a responsabilidade social da organização, vêm tornando-se cada vez mais uma ferramenta de marketing, que auxilia o gestor a criar um diferencial no mercado. Fatores como redução de empregados resultante de implantações de novas tecnologias, redução do ciclo de vida de produtos e serviços, ou quaisquer outras ações que provoquem impactos ambientais, tornando frágil a imagem da empresa perante a sociedade.

Segundo Druker (1984), do ponto de vista contemporâneo, as empresas tem papel importante e influente na sociedade, no que diz respeito a responsabilidade social. Elas ajudam a manter e melhorar o bem estar da sociedade como um todo, onde suas ações devem apresentar periodicidade, método e sistematizações, ou seja, demonstrar uma gestão de responsabilidade social. Um olhar voltado a responsabilidade social não necessariamente está desvinculado a obtenção de resultados positivos. O ponto de equilíbrio almejado pelo gestor se mostra cada vez mais ligado aos investimentos em ações que visem a sustentabilidade do empreendimento, ou seja, aqueles que tragam retornos econômicos e financeiros, sem deixar de lado, as questões sociais e ambientais.

Neste cenário de empresas preocupadas em apresentar uma visão positiva aos seus diversos *stakeholders*, o Balanço Social se mostra um instrumento apropriado para mensuração do desempenho das organizações. Essa mensuração, não tem apenas um caráter financeiro, mas visa transparecer às atividades que a empresa busca para melhorar a qualidade de vida da sociedade como um todo. O Balanço Social é o resultado do trabalho de alguns profissionais, como marketing, RH, administradores e contadores, como lembra Barbosa Filho (2003, p.13). O referido autor lembra ainda que a empresa não deve ser apenas a reunião de recursos para produzir bens ou serviços, mas tem responsabilidades sociais, econômicas e financeiras.

Sendo assim o problema de pesquisa que norteou este trabalho foi: quais os níveis de evidenciação do balanço social apresentado pelo Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais (CRC-MG) nos anos de 2008 e 2009?

O presente estudo tem como objetivo identificar a utilidade do Balanço Social do Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais, no ano de 2009, comparado ao ano de 2008. Procura demonstrar também, os níveis de evidenciação da responsabilidade social dessa ferramenta.

Esta pesquisa se caracteriza pela coleta de dados utilizando como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica e documental. Gil (1999, p.48) elucida que a pesquisa bibliográfica se desenvolve a partir de material previamente elaborado, principalmente livros e artigos científicos. A pesquisa documental está fundamentada no levantamento de documentos que não se prestaram ainda, para o embasamento de uma pesquisa, segundo explica Andrade (2004, p.29). Este trabalho pode ser classificado quanto ao objetivo como descritivo, pois como escreve Santos (2002, p.27), neste tipo de pesquisa faz-se o levantamento ou observações sistemáticas de um fato, fenômeno ou

processo já explorado na literatura, não havendo manipulação dos dados pelo pesquisador.

Quanto a estrutura, após a introdução, este trabalho procura esclarecer alguns conceitos no que se refere a responsabilidade social, marketing social e, posteriormente, demonstra o processo de evidenciação com ênfase no Balanço Social. Finaliza com um estudo de caso feito acerca do relatório publicado pelo CRC-MG, conforme já mencionado.

2. Responsabilidade Social

Para Montana e Charnov (1998, p.36 apud Zanone, 2006), há três abordagens da responsabilidade social a entender: a abordagem da obrigação social, a reação social e a sensibilidade social. A primeira mencionada se refere ao comportamento do negócio da empresa que reflete a responsabilidade econômica e legal, e a reação social que estaria ligado ao comportamento exigido por grupos que têm participação direta na empresa. Quanto à abordagem da sensibilidade social, seria o estágio que melhor representa o conceito de Responsabilidade Social Empresarial – RSE, sendo segundo os autores, um comportamento antecipador, pró ativo e preventivo. Zanone (2006) coloca ainda que, o caminho da RSE se dá quando as empresas agem em prol da sociedade, respondendo as pressões impostas pelos consumidores, com a finalidade de comprometer-se com determinados valores e desviando-se de imperfeições do industrialismo.

Souza (2008, p.15) descreve que as pressões de um novo cenário global, mais preocupado com o aspecto da sustentabilidade das empresas, fazem surgir propostas de modelos de gestão e de controle das empresas, sejam baseadas em responsabilidade social, na ética e na transparência de suas ações frente aos seus *stakeholders*. O foco então, não é apenas no resultado econômico, mas também no crescimento sustentável preocupado com a qualidade de vida e preservação ambiental. Katahara (2007, p.12), coloca ainda que dentre as percepções sobre o futuro da RSE, está no fato que, todas suas ações, assumidas pela empresa, integral ou parcialmente, farão parte dos planos estratégicos e operacionais da mesma, enfatizando os fatores competitivos.

Souza (2008), conceitua a Responsabilidade Social Empresarial como sendo:

[...] um conjunto de ações desenvolvidas pelas empresas que inclui, dentre outras: distribuição justa da riqueza gerada; melhoria das condições do ambiente de trabalho; compromisso com o desenvolvimento intelectual, profissional e com a saúde dos seus colaboradores; convivência harmoniosa com a comunidade e respeito ao meio ambiente (SOUZA, 2008, p.16).

Ainda segundo Souza (2008), essas ações podem ser mensuradas por indicadores de natureza qualitativa ou quantitativa. Enquanto os indicadores quantitativos estão relacionados com a riqueza gerada e de como é distribuída, os indicadores qualitativos, referem-se aos benefícios sociais gerados pelas ações da RSE. O Balanço Social é uma ferramenta para medir o valor e o retorno da gestão social, sendo uma forma de divulgação pela empresa que adotaram práticas de responsabilidade social em sua administração. Porém antes de evidenciar melhor o conceito de Balanço Social, a seguir, está conceituado os termos marketing social e institucional.

3. Marketing Social e Marketing Institucional

A Responsabilidade Social é alicerçada na ética e esta por sua vez é expressa nos princípios e valores adotadas pela organização, conforme descreve Zanone (2006, p.17). O autor coloca ainda que as ações de responsabilidade social podem ser vistas como um

instrumento de gestão fornecedoras de mecanismos para elevar a competitividade da empresa, ou mesmo “uma forma de exercício da cidadania e da ética”, que por sua vez pode levar a obtenção de lucratividade.

As ações de responsabilidade social, embora exija recursos humanos e investimentos monetários, podem também render lucros. Além de lucrativas, estas ações podem agregar valor à marca quando bem trabalhadas pelo marketing institucional, conforme relata Zanone (2006, p.23). O autor conceitua o marketing social como sendo uma ferramenta estratégica cujo foco está na transformação social gerada através da “realização responsável de ações sociais por parte das empresas”. Este tipo de marketing vem obtendo crescente demanda, por contribuir para a que as práticas de responsabilidade social da empresa seja percebida pela sociedade. Também auxilia na formação da marca, sendo considerado cada vez mais pelos consumidores, como valor agregado do produto.

A medição do valor gerado pelas ações de responsabilidade social, e o retorno da gestão social, admite formas distintas de divulgação pelas empresas. Com isso, o Balanço Social se mostra um instrumento de mensuração interessante, por comunicar às partes interessadas, divulgando a imagem de preocupação com o social. Castro (2003, p.141) escreve que para que a empresa obtenha desempenhos significativos, deve haver condições favoráveis para eficácia da comunicação, e falhas neste processo comprometem a organização. O autor coloca ainda que no que diz respeito aos conflitos, a principal atitude do gestor deve ser encará-los de um modo construtivo, e não buscar reduzi-los ou eliminá-los.

4. Informações Contábeis: Evidenciação e Mensuração

A evidenciação contábil tem sentido diferente de informação contábil. Conforme Neto (2007, p.26), “aquela se apresenta de forma mais restrita, esta teria um aspecto mais amplo, estruturado, conforme as necessidades dos diversos usuários”. Evidenciar é o ato de tornar algo evidente, apresentar com clareza, não transparecendo dúvidas.

Para Iudícibus (2004, p.126), ainda que a evidenciação contábil se refira a todo o quadro de demonstrações contábeis, cabe ressaltar alguns métodos de evidenciação, como, a forma e apresentação das demonstrações contábeis, as notas explicativas, quadros e demonstrativos complementares e os comentários do auditor. Esses modelos evidenciados, expõem a diversidade de suprimentos gerenciais extraídos da contabilidade financeira para suprir a quem interessar, de informações relevantes à tomada de decisão.

A contabilidade financeira trata de reportar e comunicar informações econômicas acerca da empresa, restringido a interferência de auditorias e órgãos reguladores, conforme apresenta Atkinson et al. (1997, p.5). O referido autor ainda escreve que já a contabilidade gerencial, enquanto “processo de identificar, mensurar, reportar e analisar as informações à respeito de eventos econômicos da organização”, apresentando com isso, maior utilidade nas informações devido a redução de limitações impostas. Assim o resultado obtido pela análise de um relatório gerencial, embora carregue considerável carga de subjetividade, se mostra mais interpretativo e relevante.

Ching et al. (2007, p.9) descreve que as demonstrações contábeis, enquanto produto final de um processo contábil, deve fornecer entre outras, informações que sejam compreensíveis e úteis sobre diversos aspectos. É claro que os usuários necessitam ter um mínimo de entendimento das atividades econômicas, para que as

demonstrações possam ajudar na avaliação dos valores, do tempo, e das incertezas que cercam o mercado. Embora não seja objeto deste estudo, é necessário compreender eu os relatórios contábeis tratados adiante. Ching et al. (2007) escreve ainda que as demonstrações financeiras fornecem informações a respeito do passado auxiliando a prever e tomar decisões sobre cenários futuros. Relatórios financeiros ou contábeis, conforme Ribeiro (2008, p.37), são relatórios baseados na escrituração mercantil que geram informações principalmente de natureza financeira e econômica durante um exercício social.

Ribeiro (2008, p.53) conceitua a Demonstração de Resultado do Exercício (DRE), e relata que este relatório evidencia a composição do resultado obtido em determinado período de operações da empresa, considerando o princípio de competência. Com isso, é confrontado as receitas, custos e despesas, conhecidas como contas de resultado, correspondentes, evidenciando a formação dos níveis de resultados.

Uma inovação trazida pela lei 11.638/2007, é a obrigatoriedade para certas empresas da Demonstração do Valor Adicionado (DVA). Este relatório evidencia, conforme relata Ribeiro (2007, p.91), “o quanto de riqueza uma empresa produz, e também o quanto e de que forma ela adicionou de valor aos seus fatores de produção e o quanto e de que forma essa riqueza foi distribuída”. Assim, segundo o autor, a DVA tem por objetivo demonstrar a origem da riqueza gerada pela empresa e de que maneira ela foi distribuída entre empregados, governo, acionistas, e outros.

Não há dúvidas sobre a importância dos relatórios financeiros, e da avaliação das ações empresariais. Para Copeland (2006, p.160), um dos primeiros passos para avaliação de uma empresa é a análise de seu desempenho histórico. Uma boa análise do desempenho passado da empresa resulta na possibilidade de modelar perspectivas futuras que se aproximam melhor dos cenários evidenciados. Outros pontos abordados para análise do desempenho de uma organização pelo autor referido, está na reorganização das demonstrações contábeis. Esta reorganização deve ter como meta a obtenção de *insights* analíticos melhorados, possibilitando extrair informações mais relevantes para o gestor.

Copeland (2006, p.239) ainda descreve algumas vantagens competitivas que a empresa deve explorar afim de, obter retorno do investimento acima do custo de capital aplicado, conforme mostrado no quadro a seguir:

Fornecer valor superior ao cliente por meio de uma combinação de preço e atributos, concretos ou abstratos, de produto que não possa ser copiada por concorrentes.
Alcançar custos inferiores aos da concorrência.
Empregar o capital de forma mais produtiva do que a concorrência.

Quadro 1 – Vantagens competitivas para gerar maximização de retorno
Fonte: Adaptado de Copeland (2006, p.239)

Assim, a vantagem competitiva, deve ser descrita, em termos de uma ou mais dentre as características descritas no quadro anterior. Essa descrição auxiliará na formatação da previsão financeira, segundo o autor mencionado.

5. Balanço Social

Várias empresas divulgam suas ações sociais utilizando de relatórios sociais, e algumas utilizam-se de demonstrações padrões como o do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). Barbosa Filho (2003, p.69) expõe que a

publicação de Balanços Sociais vem sendo feita em alguns países, prestando contas ao público ao mesmo tempo que mede sua atuação social. Nos Estados Unidos é conhecido como “*Social Audit*”, na Alemanha “*Socialbilanz*” e na França “*Tableau de Bord*”. O autor ainda escreve que:

O grande desafio de muitos empresários é reduzir o seu Passivo Social e a cada dia aumentar seu Ativo Social. O desafio do profissional de RH é não deixar que a empresa utilize o Balanço Social como uma ferramenta de imagem, mas sim como um instrumento de gestão social. (BARBOSA FILHO, 2003, p.70)

O Balanço Social reúne todo um conjunto de informações sobre as ações sociais desempenhadas pela empresa, como projetos e benefícios à sociedade ou colaboradores. Contudo, este relatório, segundo Melo Neto e Froes (2001, apud Barbosa, 2003), deve ser um instrumento estratégico que objetive uma avaliação e aumento de ações voltadas à responsabilidade social corporativa.

No Brasil, institutos como Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), Instituto de Pesquisa Econômica (IPEA) e Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social, têm feito avanços expressivos na divulgação da importância de relatórios como o Balanço Social. Dentre outros objetivos, visa despertar na sociedade, o interesse por ações coletivas que busquem um bem estar social cada vez mais amplo. Após discussões na década de 1970, foi apenas a partir dos anos 80, que iniciou-se as primeiras divulgações do Balanço Social. A proposta para divulgações voluntárias anuais do relatório ganhou impulsos mais expressivos através da campanha do sociólogo Herbert de Souza, conhecido como Betinho, em junho de 1997. O sociólogo chamava a atenção para a importância da padronização dos relatórios, afim de facilitar o entendimento por parte dos gestores e da sociedade.

Segundo divulgado pelo site do IBASE,

balanço social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informação sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade (IBASE, 2010).

O IBASE menciona que o balanço social é uma ferramenta que deve ser construída, quando possível, por múltiplos profissionais, explicitando diferentes pontos de vista e interesses. Zanone (2006, p.26) escreve que o Balanço Social “é subdividido em indicadores, nos quais alguns se relacionam quantitativamente em relação a uma base de cálculo composta pela receita líquida e pela folha de pagamento bruta relativas ao mesmo período”. O autor detalha que o relatório é formado por:

- Base de cálculo: vem a ser a receita líquida da organização, o resultado operacional e a folha de pagamento bruta.
- Indicadores sociais internos: apresentam os investimentos da empresa em seus funcionários (saúde, alimentação, previdência privada, educação, cultura, cursos de capacitação, encargos sociais e participação nos lucros ou resultados).
- Indicadores sociais externos: diz respeito às colaborações da empresa com o seu público externo, demonstrando gastos como: educação, cultura, saúde, saneamento, habitação, esporte, lazer, creches, bem como os tributos pagos, excluídos os encargos sociais.
- Indicadores ambientais: apresenta os investimentos em meio ambiente, tanto nos

projetos ou programas externos quanto nos relacionados com as operações da empresa.

- Indicadores do corpo funcional: mostra as informações sobre os funcionários da empresa e qual a política adotada de recursos humanos.
- Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial: visam demonstrar a preocupação do empresário quanto ao exercício da cidadania.
- Outras informações: expressa informações julgadas necessárias e que não conste em nenhum dos outros indicadores contemplados.

Claro que o modelo apresentado é uma proposta mínima, e não há obrigatoriedade para sua utilização. Neste modelo proposto, é evidenciado o que a empresa faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade. Torna, com isso, transparente às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida da sociedade como um todo.

6. Estudo de caso: Conselho Regional de Contabilidade – CRCMG

Para analisar o conteúdo e constatar o nível de evidenciação do Balanço Social do Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais, após a pesquisa de conceitos que envolvem o assunto, nesta etapa utilizou-se dos dados constantes no relatório da entidade.

6.1. Conselho Regional de Contabilidade – CRCMG

O Conselho Regional de Contabilidade (CRC) é uma Associação de classe profissional brasileira, que obtêm em sua formação contadores e técnicos contábeis, eleitos em cada estado e no Distrito Federal. As funções do conselho são registro e fiscalização do exercício da profissão contábil, em todo território nacional em conjunto com o Conselho Federal de Contabilidade. Esta entidade de classe teve sua criação pelo Decreto-lei nº 9.295, de 27 de maio de 1946, na ocasião, assinado pelo presidente Eurico Gaspar Dutra. Sua criação foi resultado de uma discussão de melhoria da classe contábil junto à sociedade para criar um órgão colegiado.

O Balanço Social do Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais – CRCMG, em 2010, está na sua quarta publicação. Segundo descreve Coutinho (Presidente do CRCMG), no próprio documento, o relatório permite verificar a evolução do órgão, levando em conta a busca por melhorias internas, como também, as ações que propiciam a melhoria externa. O documento contém informações contábeis, administrativas, financeiras e sociais elaboradas em consonância com as Normas Brasileiras de Contabilidade – NBC T 3,7 e a NBC T 15.

Conforme descreve o relatório estudado, compete ao CRCMG, orientar, disciplinar e fiscalizar – legal, técnica e eticamente - o exercício da profissão contábil em todo o estado. Apresenta com isso, um papel fundamental na valorização do profissional de contabilidade, coibindo em seu meio profissional, qualquer prática ilegal. O CRCMG localiza-se na região centro-sul de Belo Horizonte e abrange todo o estado por meio de 95 Delegacias Seccionais e 8 escritórios regionais.

Dentre as ações administrativas publicadas no Balanço Social pelo Conselho Regional, destacam-se no quadro a seguir:

item	Ações destinadas aos <i>stakeholders</i> internos
a.	implantação do PCCS – Plano de Cargos, Carreiras e Salários

b.	auxílio educação, reembolsando 20% dos investimentos com os cursos de nível médio, graduação e pós graduação
c.	Reajuste no valor do vale-alimentação na ordem de 35%, no ano de 2009
d.	Custeio de 50% do plano de saúde, e de 20% aos seus dependentes, com redução de 35% do custo
e.	Vale-transporte, benefício concedido conforme legislação vigente
f.	Reajuste salarial acima do INPC
g.	Estruturação de 2 salas de treinamentos e cursos
h.	Parceria com a empresa OI – TNL PCS S/A, com implantação da coleta coletiva de baterias
i.	Reciclagem de mais de 11 mil quilos de papel
j.	Projeto Somar, consistindo em captação, análise e implantação de idéias, sugestões e críticas dos colaboradores
k.	Manutenção da norma ISO 9001:2008 – Certificado de sistema de gestão de qualidade

Quadro 2 – Ações administrativas para os stakeholders internos pelo CRCMG

Fonte: adaptado de Balanço Social CRCMG 2009

Dentre as ações mencionadas no Quadro 2, às alterações quanto ao plano de saúde foram destacadas pelos funcionários como um dos pontos mais bem avaliados. Este item contribuiu para o aumento do grau de satisfação em 6,87%, onde mesmo com a redução do custo, segundo os colaboradores, não houve alteração na qualidade do atendimento. O aumento salarial também merece destaque, por proporcionar um ganho real estimado na ordem de 3,5%. O ajuste salarial seguiu a proposta orçamentária aprovada pelo plenário do CRCMG, sendo resultado da elevação da receita de 9,74% do ano de 2008 em relação aos anos anteriores. Quanto ao Projeto Somar, após a análise e aprovação do Comitê Avaliador, referente à viabilidade e dos impactos positivos, os projetos são implantados e divulgados pela instituição.

Um dos indicadores sociais internos foco do conselho regional, foi a educação continuada onde, conforme mencionado no relatório do Balanço Social, foram realizados 17 treinamentos para os fiscais. Também mereceram destaque no texto, os investimentos em infra-estrutura. Foram adquiridos novos veículos, e também feito expressivo investimento em tecnologia de informação e em outros ativos imobilizados. A manutenção da norma ISO 9001:2008, resultou em melhor qualidade dos serviços prestados com a otimização dos processos e a redução de retrabalhos. Foram realizadas duas auditorias anuais, internas e externas, visando garantir melhoras em todas as atividades do órgão.

Em se tratando de ações externas no Balanço Social do CRCMG pode-se ressaltar, conforme Quadro 3 a seguir:

item	Ações destinadas aos <i>stakeholders</i> externos
a.	Aplicação do Exame de Qualificação Técnica
b.	Desenvolvimento de sistemas para agilizar e assegurar deferimentos dos processos de registro

c.	Desburocratização dos processos internos
d.	Orientação aos profissionais de contabilidade com informações oficialmente registradas nas diligências fiscais
e.	Educação continuada – treinamento a fiscais
f.	CRCMG itinerante
g.	Projeto Café com o contabilista
h.	Cursos EAD – Ensino a distância
i.	Abertura a visitas técnicas de instituições de ensino
j.	Premiações internacionais de produção contábil técnico-científica Professor Dr. Antônio Lopes de Sá
k.	Convênios com instituições de ensino superior para descontos
l.	Grupos de trabalhos
m.	Biblioteca do CRCMG

Quadro 3 – Ações administrativas para os *stakeholders* internos pelo CRCMG

Fonte: Adaptado do Balanço Social CRCMG 2009

O exame de qualificação mencionado no item “a” deste quadro está em sua 9ª edição, e tem como objetivo avaliar o conhecimento e competência técnico-profissional dos contadores que pretendem obter o registro no CNAI – Cadastro Nacional de Auditores Independentes. O CRCMG itinerante promove ações sociais como arrecadação de alimentos não perecíveis para doação a creches e asilos cadastrados junto ao órgão, com a chancela do Grupo de Trabalho Contabilista Solidário.

O projeto café com o contabilista, realizou apresentações transmitidas ao vivo e *on demand*, possibilitando ao expositor interagir durante a transmissão de temas atualizados. Foram realizados também 30 cursos com temas variados, realizados com convênio com o SENAC, em 2009. Destaca-se dentre os grupos de trabalhos: Comissão de Educação Profissional Continuada, Mulher Contabilista, Ensino, Contabilista Solidário, Empresas Contábeis, Perícia Contábil, Área Pública, Área de Informações, Área Tributária e IFRS (*International Finance Reporting Standards*).

6.2. Balanço Social em dados

Análise de Satisfação dos funcionários do CRCMG 2009

Para analisar a satisfação dos funcionários, foi aplicado um questionário calculando a média aritmética das respostas, comparando os anos de 2008 e 2009. Entre os itens analisados estão: as condições físicas e ambientais, relacionamento, situação funcional e atividade social. Foi constatado um aumento significativo na ordem de 130,8 no grau de satisfação, como descrito no relatório. Dentre os itens analisados mencionados anteriormente, o grupo – condições físicas e ambientais – é o que apresentou maior percentual de aumento.

Nos indicadores de Recursos Humanos, foram considerados a participação dos colaboradores por sexo, faixa etária, tempo de serviço, admissões e desligamentos, ações trabalhistas, terceirizações, estágios e nível de escolaridade. Todos estes itens foram apurados por departamento dentro da organização. As melhoras dos indicadores são reflexos das ações administrativas já descritas nos quadros 2 e 3. A seguir, dentro do

relatório do balanço social foi exposto também a Demonstração do Valor Adicionado, objetivando “evidenciar de forma clara e objetiva a riqueza gerada”. Este demonstrativo, elaborado como ferramenta gerencial, foi calculado partindo “da diferença entre o valor dos bens e o dos serviços produzidos por terceiros utilizados no processo de gestão da entidade”.

Tabela 1 – Demonstração do Valor Adicionado – DVA do CRCMG

Cálculo do Valor Adicionado	R\$ em 2009	%	R\$ em 2008	%
1. Receitas	11.737.120	100,00%	10.004.920	100,00%
1.1. Receitas de Contribuições	9.226.963	78,61%	7.381.268	73,78%
1.2. Receita de Serviços	191.704	1,64%	150.321	1,50%
1.4. Dívida Ativa	1.571.659	13,39%	1.563.073	15,61%
1.5. Outras Receitas Correntes	629.398	5,36%	637.577	6,37%
1.6. Receitas de Capital	117.396	1,00%	273.771	2,74%
2. Insumos Adquiridos de Terceiros	5.964.855	100,00%	3.144.973	100,00%
2.1. Materiais adquiridos de terceiros	169.718	2,85%	201.581	6,41%
2.2. Serviços de terceiros	3.292.336	55,20%	2.760.926	87,79%
2.3. Despesas de Capital	2.502.801	41,95%	182.466	5,80%
3. Valor Adicionado Bruto (1-2)	5.772.265		6.859.947	
4. Valor Adicionado recebido em Transferência	346.276		308.776	
4.1. Receitas Patrimoniais	346.276		308.776	
5. Valor Adicionado total a distribuir	6.118.541	100,00%	7.168.723	100,00%
6. Distribuição valor adicionado				
6.1. Recursos Humanos	3.486.092	56,98%	2.901.562	40,48%
6.2. Impostos, Taxas, Contribuições e encargos sociais	644.185	10,53%	515.962	7,20%
6.3. Contribuições sociais e Estatutárias	2.394.577	39,14%	1.987.171	27,72%
6.4. Juros e Aluguéis	2.000	0,03%	25.292	0,35%
6.5. Superávit/Déficit do Exercício	(408.313)	- 6,68%	1.738.736	24,25%
Total do Valor Adicionado Distribuído	6.118.541	100,00%	7.168.723	100,00%

Fonte: Balanço Social CRCMG 2009 (2010, p.36)

Conforme apresentado na Tabela 1, mais de 78% do faturamento do conselho regional de Minas Gerais é advindo das contribuições anuais dos contadores e técnicos contábeis devidamente registrados e adimplentes. O principal insumo adquirido de terceiros são com serviços e as despesas de capital. Não é possível neste relatório detalhar com precisão quais são estas despesas, e o resultado bruto do valor adicionado de 2009, sofreu uma redução de quase 16% comparado ao ano de 2008. Esta redução do

valor adicionado é explicada pelo aumento dos serviços de terceiros ter sido percentualmente maior que a elevação da receita.

Diante as dados apresentados, foi possível verificar o significativo aumento da participação dos recursos humanos na distribuição do valor adicionado, o que impacta também no aumento das contribuições sociais e estatutárias. O resultado apurado em 2009 foi um déficit de pouco mais de quatrocentos mil reais. Na tabela 2 a seguir demonstra o resultado do exercício de 2008 e 2009 da entidade.

Tabela 2 – Demonstração do Resultado do Exercício

	R\$ em 2009	R\$ em 2008
Receita Bruta	12.083.396	10.313.695
(-) Contribuições Sociais e Estatutárias	(2.394.577)	(1.987.170)
Receita Líquida	9.688.819	8.326.525
(-) Despesas com Atividades Operacionais	(2.610.903)	(2.262.110)
(-) Despesas com Remuneração do Pessoal	(3.486.092)	(2.901.562)
(-) Despesas com Tributos, Contrib. e Encargos Sociais	(644.185)	(515.962)
(-) Despesas com Benefícios Sociais à Comunidade	(1.481.672)	(1.209.653)
(+/-) Outras Despesas e Receitas	<u>(1.874.280)</u>	<u>301.498</u>
Superávit/Déficit do Exercício	(408.313)	1.738.736
Patrimônio Social	31.566.798	21.616.646

Fonte: Balanço Social do CRCMG 2009 (2010, p.38)

A partir desta demonstração, foi detalhada no relatório, alguns indicadores, por valores, percentual de participação na receita, percentual de déficit e percentual de participação no patrimônio social. Os indicadores evidenciados foram: das atividades operacionais, dos tributos e encargos sociais e dos benefícios sociais à comunidade.

A seguir é apresentado o Planejamento Social para 2010 na Tabela 3, cujos projetos foram descritos e mensurados no relatório do Balanço Social do CRCMG 2009.

Tabela 3 – Planejamento Social 2010

Planejamento Social 2010		Valores R\$
(-) Gastos com Pessoal		3.686.368
(-) Contribuições Sociais e Estatutárias		2.040.000
(-) Tributos e Encargos Sociais		965.700
(-) Outras Despesas Operacionais		5.096.932
Resultado Operacional Líquido a Distribuir aos Programas		11.789.000
Distribuição do Resultado aos Programas		
Resultado Operacional Líquido a Distribuir	100,00%	11.789.000
Incentivo ao Registro	0,77%	90.600

Administrativo	90,57%	10.677.200
Valorização Profissional	3,73%	439.500
Educação Continuada	3,47%	409.000
Fiscalização do Exercício Profissional	1,46%	172.700

Fonte: Balanço Social CRCMG 2009 (2010, p.38)

Conforme demonstra a tabela 2, após aprovada a proposta orçamentária e o plano de trabalho para 2010, pela plenária do CRCMG, pouco mais de 90% do resultado operacional será destinado a ações administrativas. Dentre estas ações administrativas, destacam-se a:

- Manutenção do corpo funcional do CRCMG - com 40,3%;
- Diversas Contribuições (Fides e Cota parte) - com 19,1%, e;
- Manutenção das Atividades Operacionais do CRCMG – com 14,2%.

A proposta e o plano foram homologados pelo Conselho Federal de Contabilidade, conforme Deliberação CFC nº 116/2009. Ficou descrito também no relatório que o plano de trabalho do CRCMG será composto por cinco programas subdivididos em 45 projetos. Estes projetos são discriminados como sendo trabalhos específicos a serem realizados. Pormenorizam uma ação individual detalhadamente em seus aspectos técnicos e econômicos.

7. Análise do estudo

Mediante os dados apresentados, é possível constatar que o Balanço Social publicado pelo CRCMG analisado, segue a estrutura proposta pelo IBASE, constando as receitas, e os indicadores sociais (internos e externos), ambientais, do corpo funcional, além de outras informações que o órgão achou relevante, como a divulgação da Demonstração do Valor Adicionado e detalhamento dos projetos. Porém, mesmo apresentando significativo nível de evidenciação, alguns itens descritos no relatório, só poderiam ser compreendidos e entendidos em sua totalidade, com maior grau de detalhamento. Como por exemplo, identificar com precisão os gastos constantes na conta de Insumos adquiridos de terceiros, do relatório – Demonstração do Valor Adicionado, ou mesmo relacionar este relatório com a Demonstração de Resultado do Exercício.

Vale ressaltar que mesmo apresentando um déficit no exercício analisado de 2009, a instituição não alterou a forma de divulgação do relatório. Em 2008, a entidade apresentou um superávit no valor de R\$ 1.738.736 reais, e no ano seguinte um déficit de R\$ 408.313 reais. A variação de um ano para outro foi negativa na ordem de 123,48%, onde esse déficit representou 6,68% do valor adicionado total a distribuir. Embora, considerado como ponto negativo na avaliação geral, fica evidenciado no relatório, que as ações administrativas planejadas nos anos anteriores foram executadas. Possibilitou também identificar quais foram os impactos das estratégias implantadas para a entidade, colaboradores e comunidade.

Castro (2003, p.91) coloca que nas relações de trabalho, pontos como a produtividade pode ser avaliada em si, enquanto a motivação e a satisfação, por se encontrarem no domínio subjetivo, inferem-se pela avaliação dos efeitos. Mediante esta colocação, no relatório analisado merece destaque e evidenciação do aumento do nível de satisfação dos funcionários da entidade, obtidas através de pesquisa interna. Outro

ponto positivo, foi a utilização da DVA, que permitiu a evidenciação do desempenho social e, da geração de riqueza, medindo a eficiência da instituição na utilização dos fatores de produção.

7. Considerações Finais

Frente ao alto grau de inter-relação entre os mercados globais, resultantes de barreiras de entradas cada vez mais reduzidas, pela disseminação da tecnologia e informação, os diferenciais competitivos são facilmente copiados ou tornados obsoletos. Com isso, as ações de responsabilidade social, se mostram na atualidade, não como uma opção, mas como uma exigência do mercado, objetivando melhorar a visão da sociedade para com a marca, produto ou serviço da empresa. Neste cenário o Balanço Social se apresenta como uma considerável opção de divulgação das políticas internas de manutenção e preservação sócio-ambiental da empresa, ampliando assim, a confiabilidade da sociedade.

Como apresentado neste estudo o caminho da responsabilidade social empresarial se dá pelas pressões da sociedade, entendido como consumidor, que por sua vez responde com ações que devolvam a sociedade parte dos ganhos auferidos, em forma de benefícios diversos. Qualquer forma de levantamento de informação que se faça por uma empresa sobre ela mesma, é uma forma de se auto avaliar, e isto pode gerar incômodo, à medida que seus gestores percebem que estão distantes das metas almejadas. Tornar essas inquietações e frustrações públicas, com certeza, seria um marketing social prejudicial à imagem da organização.

O Balanço Social, enquanto produto de divulgação das ações de responsabilidade social, revelando a estratégia de sobrevivência e crescimento orgânico, evidencia por indicadores de desempenho de emprego, capacitação humana e tecnologia, como a empresa agrega riqueza à sociedade. Por não ser um relatório obrigatório, a forma de formatação ainda sofre variações de uma entidade para outra. Esta falta de padronização resulta em diferentes níveis de mensuração e evidenciação das ações empregadas pela empresa. Os fatores mensurados, às vezes, apresenta graus variados de subjetividade, o que leva a diferentes pontos de vista, tanto de quem transcreve o fato para o relatório, como de quem recebe estas informações.

O cenário futuro aponta para exigências cada vez maiores da sociedade às empresas, para preenchimento das lacunas deixadas pelo Estado. O desafio para os estrategistas está em atender às necessidades dos seus vários *stakeholders*, de forma a se ter um negócio sustentável pelo ponto de vista ambiental, social e econômico. Assim, embora esta pesquisa não tenha a pretensão de esgotar o assunto, visou corroborar para o aumento do entendimento e, para estudos posteriores que busquem maiores esclarecimentos dos chamados relatórios sociais.

8. Referências

A. Hitt, Michael; IRELAND, R. Duarte; HOSKISSON, Robert E.. **Administração estratégica: competitividade e globalização.** (tradução All Tasks). 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

ANDRADE, Maria M. de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BARBOSA FILHO, G. Máximo. **Avaliação da efetividade do Balanço Social como instrumento de divulgação e mensuração da responsabilidade social empresarial**

no Brasil. Grimalde Máximo Barbosa Filho. – Niterói, 2003. 102 p.

Balanco Social CRCMG 2009. Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais. Belo Horizonte: CRCMG, 2010. 48p.

BALANÇO SOCIAL. Disponível em: < <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em: 02 de Jul. 2010.

BERNARDES, Maria E. Brandão; DIAS, C. Goyatá; DRUMMOND, Aldemir. **Processo de Implementação de Estratégia: Onde Estamos e Como Podemos Proceguir.** EnANPAD 2008 XXXII Encontro da ANPAD: Rio de Janeiro 6-10 setembro, 2008.

Caldas Neto, Cícero. **A formação e evidenciação do resultado contábil em entidade do terceiro setor: o caso de uma região administrativa da maçonaria em um estados nordestino** / Cícero Caldas Neto. – João Pessoa: UFPB, 2007. 146 f. Dissertação (Mestrado) – UnB/UFPE/UFPB/UFRN

CASTRO, Celso A. Pinheiro de.. **Sociologia aplicada à administração.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

COPELAND, Tom; KOLLER, Tim; MURRIN, Jack. **Avaliação de Empresas – Valuation: Calculando e gerenciando o valor das empresas.** 3ª ed. – São Paulo: Pearson Makron Books, 2006. Tradução: Allan Vidigal Hastings.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade.** 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

KITAHARA, José Renato. **Responsabilidade social e desempenho financeiro das empresas: um estudo empírico utilizando o balanço social padrão IBASE** / José Renato Kitahara – São Paulo, 2007. 178p. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, 2007.

LAVIERI, C. Amorim; CUNHA, Júlio A. Carneiro da. **A Utilização da Avaliação de Desempenho Organizacional em Franquias.** EnANPAD 2009 XXXIII Encontro da ANPAD: São Paulo 19-23 setembro, 2009.

LUECKE, Richard. **Estratégia.** Tradução de Ryta Magalhães Vinagre. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

PORTER, Michael E.. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência.** Tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. Tradução de *Competitive Strategy*.

SANTOS, Antônio R. dos. **Metodologia Científica: a construção do conhecimento.** 5ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

SOUZA, André de. **Balanco social de instituições financeiras, evidenciação da responsabilidade social e a relação com a cotação de ações negociadas em bolsa de valores: um estudo multicase.** André Luiz de Souza. – João Pessoa, 2008. 89 p.: il. Dissertação (Mestrado) – UnB/UFPB/UFRN.

WIKIPÉDIA. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Balan%C3%A7o_Social#Balan.C3.A7o_Social>. Acesso em: 02 de Julho de 2010.

ZANONE, Luiz Cláudio. **Marketing Social.** São Paulo: Thomson Learning, 2006.