

**RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO PROCESSO
ESTRATÉGICO DAS ORGANIZAÇÕES: UMA ABORDAGEM
ATRAVÉS DO BALANÇO SOCIAL**

Flávio Smania Ferreira

Mestrando em Administração pela UNESPAR
Especialista em Contabilidade e Auditoria pela UNESPAR
Professor da Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos
Rua Jandyra Gomes de Oliveira, 17 – VillarVille
Ourinhos – SP – 19902-441 – Fone (14) 3326 6380
flavioferreira@faeso.edu.br

Eliton Piedade Pucci

Mestrando em Administração pela UNESPAR
Especialista em Contabilidade e Auditoria pela UNESPAR
Professor da Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos
Rua Major Barbosa, 954 – Centro
Cambará – PR – 86390-000 – Fone (43) 532-6798
elitonpucci@faeso.edu.br

Dirceu Marques Lopes

Mestrando em Administração pela UNESPAR
Especialista em Contabilidade e Auditoria pela UNESPAR
Professor da Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos
Rua Sebastião Miranda, 102 - Vila Sandano
Ourinhos - SP - CEP 19914-050 – fonte (14)
dirceulopes@faeso.edu.br

Evaldo Francisco Alboneti

Especialista em Contabilidade e Auditoria pela UNESPAR
Professor da Faculdade Estácio de Sá de Ourinhos
Rua Pedro Machado da Silva, 47 – B. Paraná
Palmital – SP – 19970-000 – Fone (18) 3351-1999
evaldoalboneti@faeso.edu.br

Resumo

O modelo de gestão corporativa baseada somente na obtenção de resultados econômicos é um modelo em franca decadência na atualidade. Cada vez mais a classe empresarial está tomando consciência de que a empresa deve ser administrada utilizando também o conceito de responsabilidade social corporativa. Aprofundar o relacionamento com os *stakeholders*, adicionar valor à sociedade e preservar o meio ambiente são alguns outros fatores a serem incluídos no processo estratégico das organizações. A sociedade está consciente do seu papel nas organizações e exige não só qualidade e preço, mas também o comprometimento com as questões sociais. Neste sentido, a ciência contábil desenvolveu um modelo de prestação de contas da empresa para com a sociedade, o Balanço Social, que se encaixa perfeitamente como um instrumento estratégico de desenvolvimento corporativo frente ao mercado globalizado.

Palavras-chaves: responsabilidade corporativa; *stakeholders*; aferição de desempenho

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO PROCESSO ESTRATÉGICO DAS ORGANIZAÇÕES: UMA ABORDAGEM ATRAVÉS DO BALANÇO SOCIAL

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas verificou-se um contínuo crescimento das atividades econômicas, que segundo Ribeiro e Lisboa (1999, p. 72) foi motivado pelo processo de globalização da economia mundial, através da interação econômica dos países, incluindo o Brasil que a partir da década de 90 passou por uma profunda abertura econômica internacional.

Neste ambiente globalizado, altamente predador, onde as organizações estão frente-a-frente com concorrentes mundiais, os denominados *global-players*, a forma como seus administradores vem conduzindo suas gestões sofreu também significativas alterações.

Na atual conjuntura global a maximização do patrimônio não é o único propósito a ser perseguido pelos administradores e empresários, outros elementos ligados aos grupos de *stakeholders* das entidades também devem ser levados em consideração no momento de qualquer tomada de decisão.

Questões como a gestão ambiental (meio ambiente natural), a satisfação dos clientes internos (colaboradores), o compromisso ético com os clientes externos e investidores e principalmente o impacto social das atividades da empresa, são hoje alguns outros indicadores a serem utilizados pelos gestores.

Se por um lado o processo de gestão das organizações passou e passa por severas transformações, é verdade que, do outro lado, encontra-se uma sociedade cada dia mais consciente do papel que as organizações empresariais devem assumir para que suas atividades apresentem um saldo positivo entre os benefícios apresentados à sociedade e os malefícios de suas atividades que provoquem danos ao meio ambiente natural ou a integridade física e social das pessoas que direta ou indiretamente interajam com estas organizações.

A sociedade cobra há tempos que as empresas possuam responsabilidade corporativa, que em nada se confunde com assistencialismo ou promoção social. Que pautem seus valores e sua missão em benefício da sociedade, buscando agir com respeito, compromisso e ética na relação empresa-sociedade.

Oliveira (2002, p. 5) explica que:

“O conceito de Responsabilidade Social é amplo, referindo-se à ética como princípio balizador das ações e relações com todos os públicos com os quais a empresa interage: acionistas, empregados, consumidores, rede de fornecedores, meio ambiente, governo, mercado, comunidade. A questão da Responsabilidade Social vai, portanto, além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade. Significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na responsabilidade social das relações e na geração de valor para todos.”

A idéia de responsabilidade social, segundo Torres (2004), nasceu no início do século XX mas se popularizou a partir dos anos 70, na Europa, particularmente na França, Alemanha e Inglaterra, tendo os Estados Unidos como primogênito entre os países do continente americano. No Brasil as primeiras manifestações neste sentido aconteceram ainda no final da década de 70.

Atualmente as organizações vêm dedicando enormes esforços no sentido de se consolidarem como empresas socialmente responsáveis e não medem esforços ao incluírem a responsabilidade corporativa como um elemento presente em sua estratégia empresarial, pois, segundo Oliveira (2002, p. 7), o processo de gestão socialmente responsável vem se transformando numa poderosa vantagem competitiva das organizações frente a seus concorrentes e ainda para Rebecchi e Signori (2004, p. 4) proporcionam um ambiente favorável as mudanças organizacionais

A valorização do compromisso com as questões sociais se alicerça no pressuposto de que as empresas nasceram com o propósito de oferecer à sociedade bens e serviços que viessem a suprir as necessidades de consumo desta, e fortalece a tese de que as organizações empresariais devam informar sobre seus atos à sociedade com a qual se interajam.

Neste cenário, onde os administradores devam buscar atuar com responsabilidade social, as tradicionais peças contábeis que serviam como instrumentos de suporte ao processo de tomada de decisão já não atendem com eficácia a administração. Emerge a necessidade de implantar demonstrações contemporâneas que contemplem esses novos indicadores de gestão, auxiliando os administradores e informando a sociedade.

O balanço social surge então como uma importante demonstração contábil que vem se consolidando como um instrumento capaz de auferir o nível de responsabilidade corporativa das organizações.

O sociólogo Herbet José de Souza, o Betinho, um dos fundadores do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) afirma que *“realizar o Balanço Social significa uma grande contribuição para consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática”*.

Costa Filho (2003, p. 14, apud Iudícibus et al, 2000, p. 31) apresenta o Balanço Social como um instrumento que *“busca demonstrar o grau de responsabilidade social assumido pela empresa e assim prestar contas à sociedade pelo uso do patrimônio público”*.

A ADMINISTRAÇÃO BASEADA NA RESPONSABILIDADE CORPORATIVA

Atuar com responsabilidade corporativa tem sido cada dia mais alvo de constantes discussões das equipes responsáveis pelo desenvolvimento da estratégia empresarial. Afinal, a sociedade em seus diversos segmentos pressiona as empresas a atuarem valorizando o compromisso com as questões sociais. Ignorar esta pressão é incorrer no risco de fracasso dos negócios.

A estratégia de atuar sob o lema da responsabilidade social inclui adotar a ética em todas as ações do dia-a-dia da administração, ou seja, a ética deve permear todo o processo de tomada de decisão de uma organização.

Com base nos princípios éticos, é lícito reconhecer que os administradores devem administrar as entidades como se estas fossem agentes sociais no processo de desenvolvimento. Assim, é fundamental que as empresas assumam o papel não só de produtoras de bens e serviços, mas de responsáveis pelo bem estar de seus colaboradores, clientes consumidores e da sociedade como um todo, conforme assegura, Sucupira (2004).

Manzini, et. al. (2004, p. 3 a 5) asseveram que as empresas estão buscando a sustentabilidade que hoje baseia-se em um resultado final tríplice ou *Triple Bottom Line*, que compreende um conjunto de variáveis de busca para permitir as empresas criarem valor econômico, social e ambiental

As empresas socialmente responsáveis são aquelas que valorizam as questões éticas no cotidiano de suas ações e principalmente preocupam-se com o bem-estar da comunidade onde estão inseridas. É verdade, no entanto, que muito desta preocupação com o social é culpa da

ineficiência do estado em cumprir suas atividades institucionais como saúde, saneamento básico, educação, infraestrutura e segurança pública.

Esta preocupação crescente com as questões sociais é uma nova filosofia empresarial. Surgem as empresas cidadãs que resgatam princípios éticos e morais e os enfocam com caráter de natureza estratégica e que as motivam a realizarem e publicarem seus Balanços Sociais como forma de medir o exercício da responsabilidade corporativa de seus negócios.

BALANÇO SOCIAL: UMA PRESTAÇÃO DE CONTAS A SOCIEDADE

O Balanço Social é composto por um conjunto de demonstrações de caráter contábil, econômico e financeiro cujo objetivo é levar ao conhecimento da sociedade o maior número de informações possíveis sobre o comprometimento social da empresa que o publica. Uma prestação de contas da empresa para com sociedade.

Alguns pesquisadores apontam a Alemanha como o local onde teria iniciado, na década de 20, o esforço para a apresentação de um tipo especial de informe que tomou hoje o nome de Balanço Social, outros porém, mencionam os Estados Unidos como precursor no desenvolvimento deste tipo de relatório, mas sem dúvida foi a França em 1977, o país onde esta prática foi regulamentada por lei (*Lei nº 77.769 du 12 juillet 1977 relative au bilan social de l'entreprise*) muito embora o enfoque desta lei seja reservado as informações relativas a área de recursos humanos.

Na Espanha, segundo Tinoco (2001), a elaboração e divulgação do balanço social não são obrigatórias, mas algumas empresas o fazem por entender que esta prática eleva os padrões de governança corporativa da empresa junto aos seus principais *stakeholders*, quais sejam, os acionistas, os trabalhadores, os sindicatos, os formadores de opinião e a sociedade como um todo.

Em Portugal, pode-se dizer, que o desenvolvimento do conceito de balanço social, inicialmente proposto para a iniciativa privada, onde empresas com pelo menos 100 funcionários no ano civil devem elaborá-lo, evoluiu e, atualmente, este demonstrativo também é elaborado pelo setor público, cuja norma legal, o Decreto-Lei de número 190/96, de 9 de outubro de 1996, determina sua obrigatoriedade a todos os serviços e organismos da administração pública central, regional e local, que no ano civil empreguem no mínimo 50 trabalhadores, independente da forma jurídica estabelecida na sua relação de emprego e renda.

Atualmente os países onde o uso do Balanço Social está mais difundido são justamente os países onde o desenvolvimento sócio-econômico está também mais desenvolvido. Conforme citado por De Luca (1998) e identificado no quadro 1 os países que detêm um desenvolvimento maior sobre Balanço Social apresentam-se de formas e enfoques bem diferenciados.

Quadro 1: Enfoque de apresentação do Balanço Social

Estados Unidos	Ênfase para os consumidores / clientes e a sociedade em geral; qualidade dos produtos, controle de poluição, contribuição da empresa às obras culturais, transportes coletivos e outros benefícios à coletividade; abordagem de caráter ambiental.
Holanda	Enfoque para informações sobre as condições de trabalho.
Suécia	Ênfase nas informações para os empregados.
Alemanha	Enfoque para as condições de trabalho e aspectos ambientais.
Inglaterra	Forte discussão sobre responsabilidade social e grandes pressões para divulgação mais ampla dos relatórios sociais.
França	Enfoque para informações aos empregados; nível de emprego, remuneração, condições de trabalho e formação profissional.

Fonte: De Luca (1998)

No Brasil, o Balanço Social foi tema de discussão pela primeira vez em 1974 quando a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas – ADCE criou o “Decálogo do Empresário Cristão”, cujos princípios prevêm que a empresa tenha uma função social.

Somente em 1977 esta mesma entidade começou a organizar estudos sobre um modelo de Balanço Social, estudos estes que não surtiram efeitos práticos, pois apenas sete anos depois foi elaborado e publicado o primeiro Balanço Social de uma empresa no Brasil, o demonstrativo da empresa Nitrofértil S.A.

Este modelo foi utilizado em 1986 pelo Comitê de Divulgação do Mercado de Capitais – CODIMEC, quando em 1991, a empresa Telebrás publica a primeira Demonstração do Valor Adicionado. Em 1992 a extinta Companhia Metropolitana de Transportes Coletivos - CMTC e o Banespa também publicam suas primeiras Demonstrações do Valor Adicionado.

Depois destas primeiras publicações, o assunto voltou a ser tema de discussão por iniciativa do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE, pelo seu presidente, o sociólogo Herbert de Souza, que segundo Mendes (1998) “*deu nova força ao debate em torno do tema do Balanço Social*”.

Está idéia deu origem ao projeto de lei nº 3116/97, de autoria das ex-deputadas Marta Suplicy, Sandra Starling e Maria da Conceição Tavares, que tem por objetivo obrigar as empresas a publicar o seu Balanço Social. De acordo com este projeto de lei (se aprovado) o Balanço Social deverá conter dados sobre faturamento, empregados (quantidade, remuneração, sexo, faixa etária, etc...), encargos sociais e tributos pagos, investimento em segurança, em meio ambiente, em benefícios à comunidade externa à empresa, etc.

A obrigatoriedade da apresentação sem dúvida é hoje o principal ponto de discussão entre as entidades envolvidas no processo de divulgação e estudo sobre o Balanço Social. A Comissão de Valores Mobiliários - CVM em 1997, colocou em discussão a implementação do Balanço Social e sua obrigatoriedade em audiência pública, a fim de obter elementos para oficializar sua posição sobre o assunto. Contudo trata-se de um tema polêmico e de difícil consenso. Silva (1998) menciona alguns trechos da carta enviada a CVM pela ABRASCA – Associação Brasileira das Empresas de Capital Aberto, com o resultado desta audiência:

“[...]A regulamentação do Balanço Social, qualquer que seja ela, é uma posição retrógrada em relação à liberdade que as empresas devem ter para apresentar ou não, de maneira explícita, sua contribuição social [...] A par das desvantagens decorrentes do Custo Brasil, entre os quais destacam-se os enormes encargos sobre a mão-de-obra, o balanço social compulsório seria um fator a mais de desigualdade contra as Companhias Abertas, se só elas forem obrigadas a elaborá-lo, ou para todas as empresas brasileiras, caso a obrigatoriedade seja geral, tanto pelos custos de sua elaboração como pela revelação unilateral de informações estratégicas.”

Outra opinião contrária à regulamentação do Balanço Social é a de Perottoni (1998), onde tornar obrigatória a publicação das ações sociais das organizações afronta o princípio fundamental do espírito liberal que regula as relações sociais. Afirma ainda que o Brasil deveria seguir os modelos adotados pelos Estados Unidos, Alemanha, Holanda, Inglaterra e Bélgica, onde não existe compulsoriedade para apresentação do Balanço Social mas sim a publicação como parte integrante do processo estratégico das organizações, que ao realizarem a publicação de suas ações sociais expõem a sociedade todo o impacto positivo e negativo que causam através de seus negócios, demonstrando no mínimo, responsabilidade.

METODOLOGIA PARA ELABORAR O BALANÇO SOCIAL

Na elaboração do balanço social, Kroetz (2000:108), sugere a observância de alguns princípios, que poderão dar ao demonstrativo maior eficácia e credibilidade, dentre os quais destacam-se:

- 1) Princípio da objetividade: este princípio baseia-se na premissa de que todas as informações deverão ser fidedignas aos fatos que estão sendo relatados, portanto não se deve permitir que juízos de valor interfiram naquilo que está sendo relatado.
- 2) Princípio da continuidade: neste caso, busca-se garantir que as informações possam ser comparadas em diferentes períodos, portanto é necessário que a coleta dos dados ocorra de forma constante.
- 3) Princípio da pertinência: aqui é necessário observar até que ponto a informação é de fato relevante para os *stakeholders*. A relação entre o custo da elaboração e divulgação do demonstrativo e o retorno propiciado pela transparência deve ser positiva ou favorável.
- 4) Princípio da uniformidade: é necessário que haja uma padronização no que se refere aos procedimentos metodológicos para a elaboração do balanço social, bem como, a utilização de notas explicativas quando alterações se fizerem necessárias.
- 5) Princípio da certificação: o relatório deve permitir uma certificação por agente externo, garantindo assim, a credibilidade das informações prestadas.

INDICADORES DO BALANÇO SOCIAL

Com o propósito de informar a sociedade do comprometimento da empresa na atuação ética e socialmente responsável, o modelo de Balanço Social vem sendo proposto por diversos institutos que pesquisam este tema, como por exemplo o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE e o Instituto Ethos, que propõem um demonstrativo composto por três categorias de indicadores: os indicadores sociais, os indicadores da riqueza gerada e distribuída e os indicadores ambientais.

Indicadores Sociais (internos e externos)

O empresário conscientizou-se de que os colaboradores que mais produzem para a empresa são aqueles que trabalham com elevados índices de satisfação e motivação. Isto não se consegue somente com boas remunerações, mas com a adoção de estratégias que visem a promoção social dos colaboradores internos e seus familiares.

Incluir a família no relacionamento entre o empregado e a empresa também tem sido muito utilizado pelas empresas, além é claro de proporcionar condições adequadas para a execução das atividades laborativas.

Mas é claro que o atual estágio de conscientização da classe empresarial não foi um movimento espontâneo, mas sim o fruto de pressões ocorridas no passado principalmente pelas entidades de classe e pelo Estado que através da coerção em forma de lei vem impondo procedimentos às empresas no sentido de implementar condições adequadas quanto à

segurança e a saúde ocupacional dos trabalhadores.

No rol de informações prestadas em um Balanço Social podem ser encontrado o total da remuneração dos empregados, valor dos encargos sociais devidos sob a remuneração, valor dos benefícios indiretos concedidos aos empregados, valores gastos com treinamento de pessoal, valores despendidos com auxílio da família e demais valores despendidos inerentes à recursos humanos.

Além destes números é bastante interessante que no Balanço Social conste também dados como: número de empregados, número de empregados do sexo feminino, número de empregados do sexo feminino que ocupam cargo de chefia ou gerência, nível de escolaridade dos empregados, porcentagem de empregados de cor branca, negra e amarela, e uma série de outros itens e dados que permitam ao público interessado, obter uma visão da política social que a empresa desenvolve tanto quanto a remunerações como também quanto ao perfil de seus colaboradores evidenciando claramente qualquer forma de preconceito ou mesmo tendências raciais.

O projeto de lei nº 3116/97 de autoria das ex-deputadas federais Marta Suplicy, Sandra Starling e Maria da Conceição que obriga as empresas a apresentarem o Balanço Social, é enfático quanto a apresentação dos dados referentes aos recursos humanos das empresas e em seu artigo 3º descreve quais as informações que devem ser exibidas nesta publicação.

Quadro 2: Principais indicadores sociais internos a serem apresentados no Balanço Social segundo o Projeto de lei nº 3116/97.

I - A empresa: faturamento bruto; lucro operacional; folha de pagamento bruta, detalhando o total das remunerações e valor total pago a empresas prestadoras de serviço;
II - Os empregados: número de empregados existentes no início e no final do ano, discriminando a antiguidade na empresa; admissões e demissões durante o ano; escolaridade, sexo, cor e qualificação dos empregados; número de empregados por faixa etária; número de dependentes menores; número mensal de empregados temporários; valor total da participação dos empregados no lucro da empresa; total da remuneração paga a qualquer título às mulheres na empresa; porcentagem de mulheres em cargos de chefia em relação ao total de cargos de chefia da empresa; número total de horas-extras trabalhadas; valor total das horas-extras pagas;
III - Valor dos encargos sociais pagos, especificando cada item;
IV - Valor dos tributos pagos, especificando cada item;
V - Alimentação do trabalhador;
VI - Gastos com educação continuada;
VII - Saúde dos empregados;
VIII - Investimentos em segurança no trabalho;
IX - Outros benefícios;
X - Previdência privada e planos especiais de aposentadoria;

Fonte: Projeto de Lei nº 3116/97, artigo 3º.

Além dos indicadores sociais internos existe também um compromisso ético de demonstrar as ações da empresa que repercutem de forma direta na sociedade, considerada aqui como um ambiente externo.

Normalmente confundida como filantropia a atuação responsável socialmente nada possui de caráter filantrópico, ou seja, a doação de recursos financeiros para uma ou mais entidades que promovam ação social.

Assim todas as ações que de uma forma direta ou indireta beneficiem a sociedade deverão ser informadas no balanço social, tais como: atividades desenvolvidas em sistema de voluntariado, atividades de relacionamento sociedade-empresa, criação de grupos de ensino

que incluam a sociedade, etc.

Indicadores da Riqueza Gerada e Distribuída:

Ribeiro e Lisboa (1999) afirmam que em termos ideais somente poderiam exercer suas atividades as empresas cujos benefícios de sua existência fossem positivos. Assim as informações que levam em consideração a riqueza gerada e distribuída pela empresa aos *stakeholders* devem ser um pilar de sustentáculo do Balanço Social.

Contabilmente a melhor forma de medir a geração e distribuição da riqueza oferecida aos *stakeholders* é através da DVA, Demonstração do Valor Adicionado, que se apresenta de forma muito mais interessante do que as tradicionais peças contábeis existentes.

Segundo De Luca e Brandão (1998) esta demonstração acaba por extrapolar o conceito de lucro gerado pela empresa somente em benefício dos sócios ou acionista, oferecendo a sociedade um número muito maior de informações que permitam demonstrar a capacidade desta em gerar e distribuir recursos na cadeia de produção.

De Luca (1991) define ainda:

“O valor adicionado é também definido como a remuneração dos esforços desenvolvidos para a criação da riqueza da empresa. Esses esforços são, em geral, os empregados, que fornecem a mão-de-obra, os investidores, que fornecem o capital, os financiadores, que emprestam os recursos, e o governo que fornece a lei e a ordem, infra-estrutura sócio-econômica e os serviços de apoio”.

Esta demonstração contábil é composta por entradas que se originam das vendas dos produtos e serviços acrescidas das receitas financeiras; por saídas através do consumo de matérias-primas, bens de consumo em geral e dos serviços de terceiros; e, por último, compõem esta demonstração as destinações, ou seja, o montante gerado pela organização que realmente foi adicionado a sociedade seja na forma de salários e encargos, tributos, remuneração de capitais de terceiros, reservas da própria empresa e remuneração aos sócios ou acionistas.

Esta demonstração pode ser utilizada por diversos segmentos da sociedade desde os acionistas que buscam retorno sobre o capital investido, passando pelos empregados e sindicatos que podem verificar a riqueza gerada pela empresa e qual é a participação dos empregados na distribuição desta, bem como o Estado que pode realizar estudos no sentido de evitar elisão e sonegação fiscal.

De Luca (1998) propõe até que a fórmula de cálculo do PIB (Produto Interno Bruto) seja alterada passando-se a utilizar as Demonstrações do Valor Adicionado das organizações para esse cálculo.

Indicadores Ambientais:

Por muito tempo as empresas mantiveram suas atividades sem qualquer preocupação com o uso e controle do meio ambiente natural. Como consequência deste uso indiscriminado dos recursos naturais existe hoje um elevado número de regiões devastadas, com recursos hídricos em escassez ou poluídos e uma série enorme de malefícios incalculáveis a própria condição de sobrevivência humana, poluição atmosférica, entre tantas outras, conforme asseguram Ribeiro e Lisboa (2004).

A preocupação com estas questões de ordem ambiental partiu, no início, dos organismos de proteção do meio ambiente e mais tarde do Estado que impôs medidas visando a diminuição da degeneração do meio ambiente.

Estes mecanismos coercitivos impulsionaram as empresas a aplicarem verdadeiras reengenharias em suas estruturas operacionais, com a implantação de equipamentos antipoluentes, treinamento de pessoal, modificação de fórmulas e desenvolvimento de tecnologias que não agredam ao meio ambiente.

À medida que o Estado passou a legislar sobre as questões ambientais também surgiram normas internacionais de qualidade e controle ambiental, sendo a mais divulgada e conhecida a ISO 14000.

O que ficou claro para as empresas que já adotaram esta política de preservação dos recursos naturais é que em muitos casos a reestruturação dos processos de produção ocasionou um ganho econômico com a diminuição dos investimentos na eliminação de resíduos que deixaram de existir, pagamento de multas por danos ambientais e indenizações a trabalhadores e comunidades por problemas de saúde ocasionados com o manuseio ou contato com produtos tóxicos. Além disto a própria preservação da raça humana é um compromisso ético, social e econômico para as empresas. Afinal, produção sem demanda acarreta resultados negativos.

Encontra-se hoje uma nova filosofia de gestão empresarial, a ecoeficiência, que segundo Mancini, et al (2004, p. 4) incorpora a gestão ambiental aos objetivos econômicos contribuindo para o crescimento qualitativo da economia e não apenas o quantitativo.

A contabilidade também aprimorou seu sistema de registro permitindo assim que as empresas inserissem no contexto do Balanço Social um rol muito interessante de informações sobre o nível de investimentos na área do meio ambiente, conhecido como Balanço Ambiental ou Balanço de Gestão Ambiental.

Este demonstrativo permite a sociedade identificar com bastante clareza o volume de recursos alocados na aquisição dos “ativos ambientais”, bem como identificar quais são os “passivos ambientais” contraídos pela empresa.

Embora não praticada por todas as empresas, Ribeiro (1998) defende que ao informarem seu compromisso com a preservação do meio ambiente as empresas estão, por força de inibição de atos ilícitos, estimulando as demais empresas a também organizarem seus processos de produção com vistas a também diminuir ou eliminarem a produção de agentes nocivos ao meio ambiente.

Já para as empresas cujas atividades produzam naturalmente danos ao meio físico, Andrade (1999) destaca a utilização do Balanço Ambiental como uma forma de evidenciar o que estas empresas estão fazendo no sentido de minimizar o impacto ambiental que produzem. Desta forma mesmo que não se conheçam com certeza os impactos causados por uma empresa, pelo menos se pode conhecer o que esta empresa realiza para amenizar possíveis danos.

SEGMENTOS DA SOCIEDADE NO FOCO ESTRATÉGICO DAS ORGANIZAÇÕES

Ao divulgarem seus Balanços Sociais as organizações colocam a disposição da sociedade um instrumento de análise de seu comportamento frente à sociedade e a diversos segmentos que podem se interessar sobre focos distintos, mas que acabam demonstrando claramente a importância que esta última representa para as primeiras.

Do ponto de vista estratégico é vital demonstrar as ações da empresa dando transparência de seus negócios aos *stakeholders* e a sociedade. É verdade porém que ao realizar tais demonstrações as organizações estão oferecendo instrumentos que podem propiciar críticas pela sociedade, mas que ao mesmo tempo demonstram maturidade da organização no trato com os diversos segmentos que compõem a sociedade onde estas estão inseridas. Cada segmento da sociedade em particular pode utilizar as informações do Balanço

Social para satisfazer as suas necessidades.

Os acionistas – por serem aportadores de recursos nas empresas estão interessados tanto nas informações de rentabilidade como também nas informações sobre o perfil social da empresa. Com a grande facilidade de investimento principalmente nas companhias de capital aberto, encontra-se, não raramente, acionistas que desconhecem até mesmo o ramo de atividade e as instalações físicas das empresas onde estão investindo seus recursos. O Balanço Social, neste momento, é útil pois fornece com clareza a política social da empresa, ou seja, quais benefícios proporciona a seus colaboradores, como aplica sua política de controle do meio ambiente e também qual o valor que adiciona para a riqueza da sociedade.

Os empregados – formam o conjunto de colaboradores que garantem a operacionalização da empresa. A manutenção dos níveis de satisfação e qualidade do trabalho é uma busca da empresa e pode ser notada pelos indicadores sociais internos constantes do Balanço Social.

Os fornecedores e os clientes – responsáveis pelo fornecimento e consumo de bens e serviços respectivamente, são agentes que se interessam pela qualidade dos produtos que estão sendo processados, portanto estão diretamente ligados as informações quanto a gestão ambiental que constam no rol de informações do Balanço Social, entre outras.

As instituições financeiras – financiadoras em muitos casos dos capitais para manutenção das atividades das empresas, estão diretamente interessadas nas condições econômicas e financeiras, também na forma como se está procedendo a destinação destes recursos, ou seja, se os investimentos concedidos não estão sendo aplicados em projetos que agridam ao meio ambiente, a saúde ocupacional dos colaboradores ou mesmo causando transtornos a sociedade local, denegrindo até mesmo a imagem destas fontes financiadoras.

Ribeiro e Lisboa (1999) explicam que nos Estados Unidos se uma instituição financeira destinar recursos a empresas que de alguma forma utilizem estes recursos para realizar atividades que poluam ou devastem o meio ambiente, com certeza serão autuadas e obrigadas a repararem os danos causados por essas empresas.

O Governo – cuja finalidade é promover o bem estar da sociedade, necessita de recursos para exercer bem suas atividades, portanto, é de seu interesse as informações oriundas do Balanço Social, pois identifica a parcela de contribuição que as organizações estão deixando na sociedade, tanto em tributos recolhidos aos cofres públicos como também em salários e benefícios despendidos aos colaboradores das organizações.

Enfim, a sociedade de um modo geral é parte interessada nas informações divulgadas no Balanço Social, tendo em vista que ao somarem os segmentos acima mencionados compor-se-ão quase todos os elementos da sociedade onde uma empresa pode estar inserida, sustentando assim a importância da atuação com responsabilidade corporativa e do Balanço Social como parte integrante da estratégia de desenvolvimento das organizações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Balanço Social vem se consolidando como a grande prestação de contas das empresas na demonstração de seu compromisso ético e social para com a sociedade. Esta prestação de contas por sua vez é produto de uma mudança de comportamento do empresariado em geral que hoje não se preocupa apenas com os resultados das atividades das empresas.

Cada vez mais é incluído no processo estratégico de gestão das empresas o enfoque social, ou seja, o compromisso com o bem estar da sociedade na qual a empresa está inserida.

Por outro lado, é verdade que os consumidores, grandes responsáveis pela manutenção das atividades das empresas, também estão mudando seus hábitos de consumo. Hoje, não só a

qualidade e o preço atraem o consumidor, ele está cada vez mais preocupado em adquirir produtos elaborados por empresas que tenham um histórico de compromisso social.

Consumidores, empresários e a sociedade em geral também estão se preocupando com a devastação do meio ambiente, pois o uso indiscriminado dos recursos naturais ao longo do tempo promoveu a devastação de grandes reservas de recursos e a poluição atmosférica que afeta diretamente a sobrevivência da raça humana.

Baseadas nesta preocupação, diversas empresas já adotam a filosofia da ecoeficiência, procurando agredir o mínimo possível o ambiente natural e para isto vêm utilizando o Balanço Social no sentido de informar a sociedade os recursos destinados e a política de preservação ambiental adotada.

É necessário refletir neste momento em que a publicação dos Balanços Sociais das empresas ganha força e evidência tanto nos meios acadêmicos como no mundo dos negócios se esta prestação de contas se enquadraria como um produto fruto da consciência empresarial ou se trataria de um mero instrumento de marketing.

Porém, acima desta discussão, faz-se necessário afirmar que o Balanço Social passou a fazer parte do pensamento estratégico das empresas, pois se trata de um legítimo instrumento de marketing social que contribui para a imagem da mesma e corrobora para a melhoria da imagem de seus produtos, garantindo assim a sobrevivência num mercado cada vez mais predador.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, André L. **Contabilidade Ambiental: Os novos ativos e passivos de pequenas e grandes empresas.** Revista Fenacon, São Paulo, v. 39, p. 10-12, 1999.

COSTA FILHO, Adalberto V. **Um estudo dos Balanços Sociais do Banco do Brasil.** Disponível em: http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica_downloads_docs_um_estudo_dos_balancos_sociais_dos_bancos_no_brasil.doc. Acesso em: 19 abr 2004.

DE LUCA, Márcia M. Mendes. **Demonstração do Valor Adicionado: Do Cálculo da Riqueza Criada pela Empresa ao Valor do PIB.** São Paulo: Atlas, 1998.

_____. **Demonstração Valor Adicionado.** Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – FEA/USP. São Paulo: USP, 1991.

DE LUCA, Márcia Martins M., BRANDÃO, Claudinei Terra. **Sua Excelência: o Usuário.** Revista de Contabilidade do CRC-SP, São Paulo, nº 06, p.66-75, 1998.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanço Social: uma demonstração da responsabilidade social, ecológica e gestorial das entidades.** Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília, nº 113, p.42-51, 1998.

_____. **Balanço Social: Teoria e Prática.** São Paulo: Atlas, 2000.

MANCINI, Sérgio, et. al. **A influencia da variável socioambiental na estratégia de uma industria brasileira do setor químico.** In: XVII CONGRESSO LATINO AMERICANO DE ESTRATÉGIA, 2004, Itapema, Estratégia para o Desenvolvimento e Inserção Global, , 2004, v. 1, n. 1.

MENDES, Abadia E. et al. **Balanço Social: Exercício de Cidadania.** Revista de Contabilidade do CRC-SP, São Paulo, nº 06, p.76-82, 1998.

OLIVEIRA, Antonio L. de., **SA 8000: O Modelo ISSO-9000 Aplicado à Responsabilidade Social.** Rio de Janeiro: Qualitymark. 2002.

PEROTTONI, Marco Antonio. **Balanco social: liberdade ou obrigatoriedade?**. Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília, nº 110, p.82, 1998.

PROJETO DE LEI Nº 3116/97, **Cria o Balanco Social para as empresas que menciona e dá outras providências**. Câmara dos Deputados, 1997.

SILVA, Cristian Gomes da. **Disclosure de Informações Relativas ao Balanco Social e a Dimensão Socioeconômica da Ciência Contábil: A vez dos Contadores de Aldeia**. Revista de Contabilidade do CRC-SP, São Paulo, nº 06, p.30-40, 1998.

RIBEIRO, Maisa de S. **Custeio das Atividades de Natureza Ambiental**. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – FEA/USP. São Paulo: USP.1998.

RIBEIRO, Maisa de S., LISBOA, Lázaro P. **Balanco Social**. Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília, nº 115, p.72-81, 1999.

_____. **Balanco Social**. <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>. 07 jan.2004.

REBECHI, Robson, SIGNORI, Mário S. **Responsabilidade Social enquanto estratégia organizacional: Um estudo de caso**. In: XVII CONGRESSO LATINO AMERICANO DE ESTRATÉGIA, 2004, Itapema, Estratégia para o Desenvolvimento e Inserção Global, , 2004, v. 1, n. 1.

SOUZA, Herbet. **Balanco Social: voluntário ou obrigatório?** <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>. 10 fev.2004.

SUCUPIRA, João. **A responsabilidade social das empresas**. <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>. 10 mai.2004.

TINOCO, J. E. P. **Balanco Social: Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

TORRES, Ciro. **Um pouco da história do Balanco Social**. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>. Acesso em: 19 abr. 2004.