

BALANÇO SOCIAL

Daiane Minela Hoffmann¹
Evete Beatriz Schneiders²
Fernanda Naiely Lopes de Moura³
Juciane Fagundes⁴
Darci Levino Capeletti⁵

RESUMO

Os demonstrativos contábeis tradicionais enfatizam o lucro na empresa, todavia, existem informações geradas na empresa que também merecem destaque, nesse contexto, encontra-se o balanço social, cuja função principal é tornar pública a responsabilidade social da empresa. O Balanço Social é um instrumento de informação da empresa para a sociedade, por meio do qual a justificativa para sua existência deve ser explicitada. Seu custo-benefício é positivo, pois agrega valor à economia e à sociedade, respeita os direitos humanos de seus colaboradores e, ainda, desenvolve todo o seu processo operacional sem agredir o meio ambiente. Este instrumento tem o potencial para demonstrar o lado social e humano das empresas, sua responsabilidade social e compromisso com as gerações presentes e futuras. O Balanço Social não deve ser obrigatório por lei, mas sim por princípios morais, éticos, de respeito e responsabilidade social.

Palavras-chave: Balanço social, responsabilidade social, conduta social.

¹ Acadêmica do Curso de Ciências Contábeis – 4º semestre. Faculdades Integradas Machado de Assis. daiamh@yahoo.com.br.

² Acadêmica do curso de ciências contábeis – 4º semestre. Faculdades Integradas Machado de Assis. evete.schneiders@yahoo.com.br.

³ Acadêmica do curso de ciências contábeis – 4º semestre. Faculdades Integradas Machado de Assis. nandahz@hotmail.com.

⁴ Acadêmica do curso de ciências contábeis – 4º semestre. Faculdades Integradas Machado de Assis. Juciane.fagundes@slccomercial.com.br.

⁵ Professor do curso de ciências contábeis das Faculdades Integradas Machado de Assis. cdarcif@bol.com.br.

INTRODUÇÃO

A Contabilidade, enquanto ciência que estuda a situação patrimonial e o desempenho econômico-financeiro das entidades possui os instrumentos necessários para contribuir para a identificação do nível de responsabilidade social dos agentes econômicos. Estes instrumentos se traduzem no Balanço Social.

Tanto são os agentes capacitados ao desenvolvimento das atividades econômicas, bem como diversos são os recursos e conhecimentos para o avanço tecnológico, que a instituição de novas empresas deve ser precedida de avaliação dos impactos negativos sobre o meio externo.

O presente artigo tem como tema a análise da possibilidade de utilização do Balanço Social como instrumento de transparência de todas as atividades desenvolvidas pelas empresas em meio à sociedade e ao meio ambiente. Será apresentado um resumo da evolução histórica da contabilidade que ao longo do tempo moldou-se e estruturou-se de maneira a atender as reais necessidades sociais da cada época. Estes fatos demonstram a relevância que a ciência contábil está assumindo diante das revelações que pode fazer que não estão limitadas somente ao campo econômico e financeiro das empresas, mas também sua conduta social.

1 HISTÓRICO DO BALANÇO SOCIAL

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 resultam no que hoje se chama de Balanço Social.

Segundo estudos o autor Lopes de Sá *apud* Kroetz o Balanço Social “representa a expressão de uma prestação de contas da empresa à sociedade em face de sua responsabilidade para com a mesma” (2000, p.55). e parece ter sido inicialmente, desenvolvido na década de 50, embora na Alemanha, em 1939, a empresa AEG já publicasse tal peça.

Conforme Kroetz os portugueses também aderiram ao balanço social tornando-o obrigatório por meio da regulamentação expressa na Lei nº 141/85 de 14 de novembro de 1985, que teve suporte no projeto da ex - Ação Social Democrata Independente. São características desta lei:

- Obrigatoriedade de apresentação para todas as empresas públicas e para as empresas privadas com mais de 100 empregados;
- As informações atendem basicamente à área de recursos humanos;
- A apresentação do Balanço Social dá-se sob a forma de formulário a ser preenchido pelas empresas que se enquadram nas condições exigidas pela legislação. (2000, p.56).

A forma portuguesa foi bastante questionada e criticada, principalmente pela Conferência da Indústria Portuguesa, que a considerava “inoportuna, desajustada das realidades e gravemente atentatória dos interesses econômicos do País.

2 BALANÇO SOCIAL NO BRASIL

O surgimento do Balanço Social no Brasil foi totalmente atípico comparando-se com o surgimento nos Estados Unidos e Europa, onde quase sempre o surgimento era fruto de manifestações políticas, estudantis, sindicais ou até mesmo em repúdio às guerras, sendo que no Brasil seu surgimento está ligado a manifestações religiosas.

A idéia do Balanço Social no Brasil é mais recente que nos EUA e nos países da Europa. Até mais recentemente, tudo o que se conhecia sobre Balanço Social estava nas estantes das universidades, resultados de pesquisas e de estudos com base nas experiências de outros países. (LUCA APUD KULITCH. 2004, p.35).

O nascimento do Balanço Social no Brasil data-se de 29 de março de 1961, quando em São Paulo, foi fundada a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), como sendo agente operacional da Union Internationale Chrétienne de Dirigiants d'Enterprise, tendo como objetivo promover e divulgar a responsabilidade do dirigente da empresa nas questões sociais.

Conforme Moraes, “o Balanço Social da Nitrofértil, empresa estatal situada na Bahia, que foi realizado em 1984, é considerado o primeiro documento brasileiro do gênero, que carrega o nome de Balanço Social.” (p.09).

Ainda com relação ao surgimento do Balanço Social no Brasil, Silva e Freire *apud* Kulitch (2004, p. 35) relatam que:

No Brasil, os primeiros ventos de mudança de mentalidade empresarial já podem ser notados desde meados da década de 60. E, nesse sentido, a “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada em 1965, é um marco histórico incontestável do início da utilização explícita da expressão responsabilidade social diretamente associada às empresas e da própria relevância do tema relacionado à ação social das empresas no país; mesmo que ainda limitado ao mundo das idéias e efetivando-se apenas em discursos e textos, já fazia parte da realidade de uma pequena parcela do empresariado.

O marco histórico do Balanço Social no Brasil foi em 1997, mais precisamente 18 de junho, quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, apoiado pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), dá início a uma campanha para fortalecer a elaboração e divulgação do Balanço Social pelas empresas brasileiras.

O Ibase, uma pequena organização da sociedade civil criada pelo Betinho, engaja-se nesta idéia exercendo aquilo que é sua missão: identificar questões, propor alternativas, interpelar, debater e mobilizar diferentes atores da sociedade brasileira para fazer a sua parte e enfrentarmos juntos as situações e processos que condenam à miséria e a pobreza milhões de brasileiros. A sua exclusão dos direitos econômicos, sociais e culturais é incompatível com a democracia e limita nossa própria cidadania. (GRZYBOWSDKI APUD KULITCH, 2004, p. 37).

A idéia de Herbert de Souza era de instituir um modelo único e simples para a elaboração do Balanço Social, pois sem esse modelo cada empresa poderia elaborar e divulgar um Balanço Social conforme lhe fosse conveniente, declarando o que fosse interessante e menosprezando informações conflitantes.

Segundo Kulitch “no ano de 1998, no mês de setembro, o Ibase em parceria com a Petrobrás e Gazeta Mercantil, para estimular a participação de um número maior de empresas, lança o “Selo Balanço Social Ibase/ Betinho”, que é conferido a todas as entidades que divulgarem seus Balanços Sociais de acordo com os critérios estabelecidos pelo instituto” (2004, p. 38).

O selo funciona como uma espécie de troféu para as empresas socialmente responsáveis, como uma espécie de comprovação que se trata de uma organização preocupada com o social, tornando-se parceiros na construção de uma sociedade sustentável e justa.

O período de maior importância para o Balanço Social no Brasil foi a década de 90, pois conforme os relatos históricos acima, foi nesta época que aconteceram fatos importantes para o fortalecimento do tema responsabilidade social. Fatos estes que hoje refletem na conduta empresarial brasileira.

3 DEFINIÇÃO 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, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. No Balanço Social a empresa mostra o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e a comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos. Sua função principal é tornar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre empresa, sociedade e meio ambiente.

Conforme Kroetz apud Kulitch 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 consequente tomada de decisão nas mais diversas esferas empresariais e governamentais” (2004, p. 44).

O Balanço Social pode ser visto como um instrumento de gestão o grande desafio é pensar no balanço social como instrumento de gerenciamento da qualidade da relação que a empresa mantém com públicos que são chaves para o sucesso e desenvolvimento da empresa que depende da relação qualitativa e nova com consumidores, trabalhadores, fornecedores, com seus sócios, parceiros.

A função principal do balanço social da empresa é tornar pública a responsabilidade social da empresa, pois a empresa que cumpre seu papel social atrai mais consumidores e está investindo na sociedade e no seu próprio futuro.

Todas estas definições apresentadas foram necessárias para demonstrar que o Balanço Social possui várias definições, mas um único objetivo, tornar pública a responsabilidade social desempenhada pela empresa.

4 BENEFICIÁRIOS E USUÁRIOS

Os beneficiários do Balanço Social são todas as pessoas ou grupos de pessoas que se envolvem e interagem com a empresa, de forma direta ou indireta. A própria empresa também é beneficiada, pois através da elaboração e divulgação do Balanço Social sua imagem perante a sociedade tende a ser melhorada, passando a ser vista como uma empresa que tem procedimentos politicamente corretos e sua aceitação no mercado conseqüentemente será maior.

Conforme De Moraes “o Balanço Social favorece a todos que interagem com a empresa. Aos dirigentes fornecem 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 a natureza, o que é 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 orientada do produto ou serviço oferecido, demonstrando o caminho que a empresa escolheu para construir sua marca” (2004, p.05).

Analisando-se num contexto geral o Balanço Social dirige-se a vários usuários e beneficiários, sendo classificados em internos os diretamente ligados à empresa, e os externos, indiretamente ligados à empresa. Mas podem-se destacar alguns que seriam mais relevantes, como por exemplo, os trabalhadores, Diretores e administradores, fornecedores, clientes e consumidores, acionistas e investidores, sociedade, Governo, Sindicatos, Organizações Não Governamentais, Instituições Financeiras Autoridades Fiscais, monetárias e trabalhistas, todos na qual são os formadores de opinião.

O Balanço Social tem por objetivo ser equitativo e comunicar informação que satisfaça à necessidade de quem dela precisa.
(TINOCO *apud* KULITCH, 2004, p.61).

Os usuários e beneficiários destacados são os principais, mas não são os únicos a obterem vantagem com o Balanço Social. A empresa que elabora e faz a divulgação do Balanço Social também é beneficiária, pois fica uma boa imagem da organização, como uma empresa politicamente correta e preocupada com o social, aumentando assim a aceitação de seus produtos e serviços no mercado, obtendo uma maior satisfação de seus colaboradores.

5 CUSTO-BENEFÍCIO DO BALANÇO SOCIAL

O custo é insignificante perante a visibilidade da empresa no mercado frente a seus concorrentes, podendo assim ser considerado um investimento. Todas as ações da empresa acabam refletindo na sociedade o que podem acarretar numa maior afetividade da comunidade e de seus funcionários, aumentando o comprometimento das pessoas envolvidas com a empresa, pois essa sai ganhando no que tange sua credibilidade perante a sociedade na qual a mesma ganha com vários projetos sociais.

As informações necessárias para a elaboração do Balanço Social constam nos relatórios da empresa, não sendo necessários grandes investimentos e alterações nos sistemas contábeis da entidade, sendo assim os benefícios vindos da divulgação são superiores aos custos da elaboração.

Não é a elaboração do Balanço Social que leva a entidade a investir na responsabilidade social, ele apenas divulga. Estes investimentos são necessários para a própria subsistência da empresa e são gerados a partir da conscientização dos dirigentes e administradores.
(JAIME KULITCH, 2004, p.68).

Desta forma podemos salientar que o custo gerado para a empresa a partir da elaboração do Balanço Social é inferior, levando-se em conta todos os benefícios alcançados.

6 A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O BALANÇO SOCIAL

Para que a empresa mereça a credibilidade e o respeito da sociedade, tão necessário para a continuidade e prosperidade, é preciso que, além da função econômico-financeira, a empresa desempenhe também sua função social para com a sociedade. Todavia, somente o desempenho não é suficiente, é necessário divulgar e fornecer dados, números e informações que demonstrem o que está sendo feito.

O crescente aumento da complexidade dos negócios, principalmente em decorrência do processo de globalização e da velocidade das inovações tecnológicas e da informação, impõe ao empresariado nacional uma nova maneira de realizar suas transações.
(PATRICIA ALMEIDA ASHLEY, 2002).

A empresa precisa tornar públicas todas as informações referentes a sua responsabilidade social para que todos os envolvidos, sejam eles diretos ou indiretos, haja visto que a postura social é sempre levada em consideração para a tomada de decisões.

As entidades devem satisfazer adequadamente às demandas de seus clientes e de seus parceiros nos negócios e atividades e especialmente divulgar e dar transparência aos agentes sociais e a toda a sociedade de sua inserção no contexto das relações econômicas, financeiras, sociais e ambientais e de responsabilidade pública por meio do Balanço Social, que é o relatório apropriado para isso.

(JOÃO EDUARDO PRUDÊNCIO TINOCO, 2001, p. 114).

É importante destacar que o Balanço Social não é apenas uma prestação de contas, mas sim um instrumento de diagnóstico corporativo. É uma ferramenta de gestão, que pode e deve ser utilizada para a criação e acompanhamento de metas e deve ser desenvolvido pela alta gerência com a participação e o envolvimento de suas equipes.

Quando o funcionário percebe que o seu trabalho resultará em um lucro social, além do financeiro e que se identifica com a proposta da empresa, ele acaba percebendo que a empresa em que trabalha faz parte da sociedade e que as ações da empresa interferem na sociedade, tanto positiva quanto negativamente. Como reflexo disso, pode ser notado à melhora no ambiente de trabalho e o orgulho que a pessoa sente por fazer parte de uma instituição que tem ações voltadas para a cidadania e tem consciência de seu papel social.

A empresa socialmente responsável tem o direito de mostrar ao público o que vem fazendo na área social e o que oferece de retorno a comunidade onde está instalada. Para divulgar essas ações, um dos melhores instrumentos é o Balanço social; ele aproxima a organização da comunidade em que está instalada e com a qual compartilha o meio ambiente e as riquezas necessárias para sua operação.

(FERNANDO AUGUSTO TREVISAN, 2004).

A Empresa pode ser entendida como uma comunidade de pessoas a serviço de toda a sociedade. Essa comunidade terá como objetivo principal a busca pela satisfação das necessidades de todos esses grupos e esferas da sociedade. Sendo assim, um verdadeiro Balanço Social não leva em consideração apenas o universo interno da empresa, como também as ações desenvolvidas em benefício de todo esse público.

CONCLUSÃO

Com a economia moderna, os sistemas administrativos atuais e o mercado consumidor exigem das empresas uma atuação pró-ativa com as questões sociais. Partindo desta teórica, verificamos que o Balanço Social é um demonstrativo que veio suprir as deficiências de informações de caráter social ligadas à empresa, mas que não eram divulgadas nos relatórios contábeis tradicionais.

Com este trabalho também podemos observar que o Balanço Social é um meio pelo qual a empresa presta contas de sua conduta durante o ano a sociedade em que está inserida, conseguindo assim agregar maior valor qualitativo a sua empresa.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patricia Almeida. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

WWW.ibase.org.br

KROETZ, Cezar Eduardo Stevens. **Balanço Social**. São Paulo: Atlas, 2000.

DE MORAES, Daniela Andréa. **A Responsabilidade social e o Balanço Social da Empresa**. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br> Acesso em: 12 out. 2011.

DE DAVID, Afonso Rodrigo. **A Implantação e Utilização do Balanço Social pelas Empresas Brasileiras**. Disponível em: <http://www.urisan.tche.br>. Acesso em 18 out. 2011.

KULITCH, Jaime. **Balanço Social: O Lado Social e Humano das Empresas**. Irati, 2004.