

**CONTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL: RELACIONAMENTO
EMPRESAS, SOCIEDADE E STAKEHOLDERS**

Artigo apresentado às disciplinas: do 6º Período do
Curso de Ciências Contábeis Noite do Instituto de
Ciências Econômicas e Gerenciais da PUC Minas
BH.

Belo Horizonte
18 de maio de 2015

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	4
2.1 HISTÓRICO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL.....	5
2.2 QUATRO TIPOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.....	5
3 USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO – EMPRESAS, SOCIEDADE, STAKEHOLDERS..	7
4 LEGISLAÇÕES APLICAVEL À RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESÁRIA..	9
4.1 CERTIDÕES NEGATIVAS DE DÉBITO.....	10
5 CONTRIBUIÇÕES DAS DIVERSAS DISCIPLINAS CURSADAS À GESTÃO DESSAS ORGANIZAÇÕES	11
6 CONTRIBUIÇÕES DO CONTADOR NO PROCESSO DE ORGANIZAÇÕES DOS RECURSOS DISPONIBILIZADOS	12
7 CONCLUSÃO.....	13
ANEXO.....	14
REFERÊNCIAS	17

1 INTRODUÇÃO

Nunca como atualmente debateu-se tanto a respeito de temas relacionados ao papel desempenhado pelas empresas no processo de desenvolvimento como responsabilidade social. Assim, se o papel das empresas era de somente buscar alcançar lucros cada vez maiores, e serem mais competitivas, hoje tem-se que ter uma visão diferente de como alcançar cada vez mais clientes. Podemos perceber, portanto que as empresas então, procuram exercer atividades de cunho social.

A sociedade atualmente está muito preocupada no que diz respeito a responsabilidade social, exigindo um comportamento mais saudável e transparente das sociedades empresárias. Assim a contabilidade deve preocupar com as mudanças exigidas pela sociedade, representada pelos stakeholders, ou seja, investidores, consumidores, governo e bancos, tendo como ligação entre sociedade e empresa, o balanço social.

Para alcançar o equilíbrio entre empresa e sociedade, a contabilidade tem um longo caminho pela frente, pois depende da melhoria constante do seu relacionamento com os stakeholders para alcançar uma harmonia contínua.

Neste trabalho apresentaremos as formas e aplicações da Responsabilidade Social e como cada vez mais como a Contabilidade pode ajudar as sociedades empresárias e alcançar seu objetivos sociais.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Responsabilidade Social, ocorre de fato, quando sociedades empresárias, voluntariamente, adotam posturas, comportamentos e ações, que promovam o bem-estar dos seus stakeholders. Dizemos voluntárias, pois devem completar as exigências do governo, neste caso a visão contempla o benefício ao coletivo. A Responsabilidade Social, pode ser dividida em três:

a) Responsabilidade Social Corporativa:

Mais utilizada por empresas de grande porte, que tem grandes preocupações com o ambiente de negócios e o seu quadro de funcionários.

b) Responsabilidade Social Empresária:

Pode ser vista como sinônimo da Responsabilidade Social Corporativa, envolve um espectro mais amplo de stakeholders, qualidade de vida e bem-estar dos usuários internos e redução dos impactos negativos para a comunidade e para o meio ambiente, estas reduções geralmente são acompanhadas de mudanças comportamental e de gestão, englobando mais transparência e ética.

c) Responsabilidade Social Ambiental:

É talvez a mais atual, compreende além do compromisso da entidade com as pessoas e valores humanos, o comprometimento com o meio ambiente. Prioriza as questões socioambientais.

É importante que o conceito de Responsabilidade Social não seja confundido com filantropia ou assistência social, entende-se por responsabilidade social um processo contínuo de melhoria da empresa em relação aos seus stakeholders. Muitas empresas que conquistam um crescimento sustentável, tem melhoria em sua imagem perante a sociedade.

Em 2002, foi realizada uma pesquisa de opinião, que ouviu 1.161 executivos chefes na Europa, esta pesquisa mostrava a importância da Responsabilidade Social para os empresários:

“(...) 68% concordam que a responsabilidade social das empresas é vital para a lucratividade de todas elas (...) 60% dos executivos não acreditam que a responsabilidade social corporativa deva assumir uma prioridade menor no atual clima econômico.” (Passos, 2002, p. 5)

Nos últimos anos, no Brasil, tem sido discutido a participação de agentes privados no em questões públicas e, diversas empresas estão aplicando uma disseminação de cidadania empresarial, ou seja, uma atuação da empresa com responsabilidade social.

2.1 HISTÓRICO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL

No Brasil, a Responsabilidade Social, começou a ser discutida ainda nos anos 60, com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE).

Apenas em 1984, ocorreu a publicação do primeiro Balanço Social de uma empresa Brasileira, a Nitrofértil.

De acordo com Alex Lourenço, et al, p. 85, o movimento de valorização da responsabilidade social empresarial ganhou forte impulso no Brasil, na década de 90, por meio da ação de entidades não-governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas pela questão.

Em 1992, o Banco do Estado de São Paulo, publica um Relatório completo divulgando todas as suas ações sociais, e, a partir de 1993, várias empresas de diferentes setores passam a divulgar o Balanço Social anualmente (Sucupira, 1999).

2.2 QUATRO TIPOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL



- a) Responsabilidade Econômica: é a base da pirâmide, pois é o principal tipo de responsabilidade social, e os lucros são a principal razão de uma sociedade empresária existir. Responsabilidade econômica significa, produzir bens e serviços de que a sociedade necessita.
- b) Responsabilidade Legal: define o que a sociedade considera como importante acerca do comportamento da empresa, ou seja, presume-se que as empresas atendam as metas econômicas dentro da estrutura e exigências legais.
- c) Responsabilidade ética: é formado por comportamentos e atividades acerca do que a sociedade espera das empresas. O comportamento antiético ocorre quando uma atitude e/ou decisões permitem ganhos à custa da sociedade. Para que a ética empresarial exista, deve-se agir com equidade justiça e imparcialidade.
- d) Responsabilidade discricionária ou filantrópica: é voluntariada e orientada pelo desejo da empresa em realizar uma contribuição social, sem se importar com a economia. Incluem doações e obras beneficentes.

3 USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO – EMPRESAS, SOCIEDADE, STAKEHOLDERS

Os usuários da Contabilidade, são aqueles que tenham interesse na avaliação da situação patrimonial da entidade. São chamados de Stakeholders e podem ser acionistas, interessados em lucro ou prejuízo de uma determinada sociedade empresária, as Instituições Financeiras, que avaliam o patrimônio da entidade para julgar concessão de créditos, os Administradores, que tem interesse em como estão sendo aplicado os processos e como estes estão promovendo o desenvolvimento da sociedade, Clientes e Fornecedores e, o Fisco interessado no resultado final da empresa em relação aos impostos incidentes.

a) Fornecedores:

Estão interessados em informação que possam permitir avaliar se os compromissos de uma determinada empresa serão pagos em seus respectivos vencimentos.

b) Clientes:

Estão interessados na continuidade operacional da sociedade, principalmente quando os laços são de longo prazo.

c) Sociedade:

São impactados pelas sociedades no que diz respeito a economia local. As informações contábeis neste caso, apresentam a evolução de desempenho da entidade, o comportamento dela socioambiental e o comprometimento com a sociedade.

d) Empregados:

São os mais interessados na estabilidade e lucratividade da sociedade empresária, através das informações contábeis, podem avaliar a capacidade de evolução salarial, pagamento de benefícios e oportunidades.

Os stakeholders são pessoas individuais ou grupos que influenciam o contexto da organização. Tudo o que é realizado por uma sociedade empresária, visa principalmente a aceitação de seus stakeholders, neste caso é sempre válido implantar uma estratégia compatível para obter os recursos necessários que atendam os usuários.

Segunda Cássia Guedes (2000, p. 42), uma empresa exerce plenamente sua responsabilidade social empresarial quando possui uma gestão eficaz de responsabilidade social tanto com relação ao público interno, quanto ao externo.

Para Alex Lourenço, et al, p. 85, um sistema de avaliação do estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social nas empresas e o grau de comprometimento destas com as ações sociais deve levar em conta os efeitos de suas ações sobre todas as partes interessadas.

4 LEGISLAÇÕES APLICAVEL À RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESÁRIA

A legislação brasileira, incentiva o desenvolvimento a partir de benefícios fiscais, concedendo as organizações e empresas promoventes de ações sociais, mediante patrocínios ou doações.

É importante destacar que existem leis municipais, estaduais e federais que promovem incentivos fiscais na área cultural e artística, concedidos para pessoas jurídicas que, por meio de patrocínios ou doações, praticam o chamado marketing socialmente responsável e colaboram para o fortalecimento das organizações.

As pessoas jurídicas que contribuem para projetos culturais, sob a forma de doações ou patrocínios, gozam do incentivo fiscal federal, ou seja, tem direito a dedução no Imposto de Renda (IR).

PRINCIPAIS LEIS DE INCENTIVOS FISCAIS BRASILEIRAS

<u>LEGISLAÇÃO</u>	<u>COMPETÊNCIA</u>	<u>TRIBUTO</u>	<u>PÚBLICO</u> <u>ALVO</u>	<u>LIMITE</u>	<u>DEDUÇÃO</u>
<i><u>Fundo Municipal da Criança e do Adolescente (Fumcad)</u></i>	Municipal	Imposto de Renda	Criança e adolescente; educação e saúde	1%	100%
<i><u>Fundo Nacional do Idoso</u></i>	Federal	Imposto de Renda	Idosos; saúde	1%	100%
<i><u>Lei do Audiovisual</u></i>	Federal	Imposto de Renda	Cultura	3%	100%
<i><u>Lei Federal de Incentivo à Cultura ou Lei Rouanet</u></i>	Federal	Imposto de Renda	Cultura	4%	100% art. 18; 40% do valor da doação e 30% art. 26
<i><u>Lei Federal de Incentivo ao Esporte</u></i>	Federal	Imposto de Renda	Esporte	1%	100%
<i><u>Lei Mendonça</u></i>	Municipal (São Paulo)	ISS e IPTU	Cultura	20%	70%
<i><u>Lei Paulista de Incentivo ao Esporte (PIE)</u></i>	Estadual (SP)	ICMS	Esporte	3%	100%
<i><u>Programa de Ação Cultural</u></i>	Estadual (SP)	ICMS	Cultura	3%	100%

Para ter direito à Lei de Incentivos Fiscais Federal, é necessário que a sociedade empresária tenha como tributação o Lucro Real, para Lei de Incentivos Fiscais estaduais e municipais independe o tipo de tributação da empresa.

A sociedade empresária, deve de início, providenciar certidões negativas de débito. Se for utilizar de uma Lei de incentivo Fiscal Federal, como a Rouanet ou a do Esporte, é necessário tirar uma certidão junto à Receita Federal, para Leis estaduais, é necessário retirar certidões válidas para o âmbito estadual, já para as Leis municipais, as certidões devem ser do âmbito estadual.

O principal objetivo destas certidões negativas listadas, é a empresa provar que está totalmente em dia com suas obrigações fiscais. Mas outras documentações específicas serão solicitadas, conforme Lei de cada Ministério, Conselho ou Secretaria. As listagens completas, podem ser obtidas nos sites das respectivas instâncias governamentais.

4.1 CERTIDÕES NEGATIVAS DE DÉBITO

A sociedade empresária, deve de início, providenciar certidões negativas de débito. Se for utilizar de uma Lei de incentivo Fiscal Federal, como a Rouanet ou a do Esporte, é necessário tirar uma certidão junto à Receita Federal, para Leis estaduais, é necessário retirar certidões válidas para o âmbito estadual, já para as Leis municipais, as certidões devem ser do âmbito estadual.

O principal objetivo destas certidões negativas listadas, é a empresa provar que está totalmente em dia com suas obrigações fiscais. Mas outras documentações específicas serão solicitadas, conforme Lei de cada Ministério, Conselho ou Secretaria. As listagens completas, podem ser obtidas nos sites das respectivas instâncias governamentais.

5 CONTRIBUIÇÕES DAS DIVERSAS DISCIPLINAS CURSADAS À GESTÃO DESSAS ORGANIZAÇÕES

Conhecer a realidade é o primeiro passo para realizar de maneira coerente o exercício da profissão, as matérias cursadas, nos dão embasamento para aplicar a real ciência em que a contabilidade é embasada.

A Contabilidade, como ciência social, como profunda fundamentação epistemológica, impõe ao contador [...] a responsabilidade social, como cidadão gerador e distribuidor de empregos, riquezas, educação (HOOG, 2006, p. 18)

O curso de Ciências Contábeis nos permite focar na responsabilidade social, transparecendo da melhor maneira todas as informações de empresas para a sociedade, permitindo mais transparência.

6 CONTRIBUIÇÕES DO CONTADOR NO PROCESSO DE ORGANIZAÇÕES DOS RECURSOS DISPONIBILIZADOS

A Responsabilidade social, exige do contador sensibilidade diante das contradições encontradas. O Contabilista precisa ter condições de relacionar as duas partes que formam a sociedade, para tornar possível análise crítica livre de tendências que possam privilegiar este em detrimento de outros.

É coerente imaginar que o Contabilista pela ação e omissão possui influência direta na relação de responsabilidade social da empresa. Quando uma entidade polui o meio ambiente e o profissional da Contabilidade nada fez para buscar a solução de tal situação, aumenta sua falta de responsabilidade social, além da convivência nas atitudes tomadas.

Para Tinoco (2001, p. 116) “ A responsabilidade social pressupõe o reconhecimento da comunidade e da sociedade como partes interessadas da organização, com necessidades que precisam ser atendidas [...]”. O Contabilista, portanto, precisa esforçar para ir além dos conhecimentos específicos ligados à área contábil e buscar conhecimentos na área social.

Um contabilista ético, responsável socialmente e bem preparado, contribui diretamente para a transformação da sociedade como um todo, assim torna-se um agente multiplicador da responsabilidade social. Considerando que cada empresa é disseminadora de responsabilidade social, o conjunto de empresas pode transformar uma nação. Gerando riquezas, que somadas ao Universo Empresarial de um Estado, formam um país com um PIB passível de um cunho social.

7 CONCLUSÃO

Podemos concluir que o Contabilista possui papel de destaque na realização das mudanças sociais necessárias dentro de uma sociedade. É ele que pode conscientizar, de forma gradativa, a classe de empresários, para assumir uma responsabilidade social, que propicie melhores condições tanto para a sociedade empresária, quanto para a sociedade como um todo,

A contabilidade como um mecanismo ativo dentro da sociedade possibilita mudanças substanciais.

A Contabilidade poderia ser vista como uma prática destinada a facilitar o exercício do poder no âmbito das organizações [...] O exercício do poder cria perpetuamente conhecimento e o conhecimento constantemente induz efeitos de poder. Não é possível exercer poder sem conhecimento (IUDÍCIBUS e LOPES, 2004, p. 55).

ANEXO

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Pró-reitoria de Extensão

MODELO DE PROJETO DE EXTENSÃO**TÓPICOS A SEREM OBRIGATORIAMENTE INCLUÍDOS NA PROPOSTA****1. TÍTULO**

CONTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL: RELACIONAMENTO EMPRESAS, SOCIEDADE E STAKEHOLDERS

2. PROFESSOR COORDENADOR

AMILSON ZANETTI

3. RESUMO

A sociedade atualmente está muito preocupada no que diz respeito a responsabilidade social, exigindo um comportamento mais saudável e transparente das sociedades empresárias. Assim a contabilidade deve preocupar com as mudanças exigidas pela sociedade, representada pelos stakeholders, ou seja, investidores, consumidores, governo e bancos, tendo como ligação entre sociedade e empresa, o balanço social.

Para alcançar o equilíbrio entre empresa e sociedade, a contabilidade tem um longo caminho pela frente, pois depende da melhoria constante do seu relacionamento com os stakeholders para alcançar uma harmonia contínua.

Para a sobrevivência das empresas em um mundo cada vez mais competitivo, imprescindível se faz que as mesmas comprovem ao participar de licitações e contratações que envolvam o ente público, que se encontram em perfeita regularidade fiscal.

Assim é que neste cenário se reveste de importância ímpar a questão relativa à emissão de Certidão Negativa de Débito Fiscal ou Positiva, com efeito, de Negativa, que nos moldes em que se apresenta na realidade, se traduz em um verdadeiro embate entre o Estado e a sociedade, e, em sentido operacional infelizmente não raras vezes pode-se atribuir a ela a figura do desvio de finalidade.

A comprovação da regularidade fiscal deve ser feita conjuntamente, por isso hoje a certidão negativa de débitos deve ser emitida conjuntamente para credenciar seu portador a participar de processos licitatórios e outros que envolvam contratação com o ente público.

Por isso, é muito importante adotar atitudes preventivas e fazer a emissão sistemática e constante das certidões negativas básicas. Esse é sem dúvida um dos melhores caminhos no processo da gestão empresarial de qualidade e de extrema importância para a atividade empresarial como um todo. São atitudes proativas como essa que evitam transtornos desnecessários.

4. JUSTIFICATIVA

A certidão é o documento hábil à comprovação da existência ou não de débitos tributários, ações cíveis, criminais, trabalhistas e execuções, em face de uma determinada pessoa jurídica ou física. Diante das oportunidades de negócios que se aproximam, como é o caso da copa do mundo, olimpíadas entre outros, a existência de pendências, é fator impeditivo para a emissão das certidões de regularidade, gerando obstáculos para novos negócios e por consequência para o crescimento da empresa.

A importância de tal documento é tão grande que hoje é impossível que uma empresa que não a possua, venha a participar de processos licitatórios, concorrências públicas, consigam empréstimos em bancos oficiais, mantenham regularidade perante as agências reguladoras, dentre outros empecilhos que acabam por muitas vezes inviabilizar a atividade empresarial. Estudos apontam que empresas tem retardado ou deixado de fechar negócios em decorrência da falta de certidão no prazo determinado para participar destes processos.

Prezados empresários, tendo em vista que é meta do Governo Federal comprar, cada vez mais, de micro e pequenas empresas e o processo de compra é Licitação, não percam a oportunidade por não está regular com as suas certidões.

Assim é que neste cenário se reveste de importância ímpar a questão relativa à emissão de Certidão Negativa de Débito Fiscal ou Positiva, com efeito, de Negativa, que nos moldes em que se apresenta na realidade, se traduz em um verdadeiro embate entre o Estado e a sociedade, e, em sentido operacional infelizmente não raras vezes pode-se atribuir a ela a figura do desvio de finalidade.

5. OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Regularidade das empresas como diferencial de competitividade no mercado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Regularidade das empresas

Participação em processos licitatórios

Adotar atitudes preventivas e fazer emissão sistemática e constante das certidões negativas básicas

Comprovação da existência ou não de débitos tributários

METAS

Informação sobre as certidões negativas básicas as empresas para os alunos da PUC MINAS

Demonstrar como esta facilitado o processo de obtenção das certidões em sites dos órgãos Federal, Estadual e Municipal

Formação de um processo para acompanhamento.

6. PROCESSOS METODOLÓGICOS

Este projeto foi concebido na intenção de abordar e trabalhar o tema das certidões negativas de débitos nas sociedades empresárias brasileiras, visto a falta de informação dos usuários, como sócios e funcionários para acompanhamento da empresa para melhoria de seus processos e aumento de sua competitividade no seu mercado.

As ações do projeto irão se realizar pela confecção de uma cartilha, disponibilizada a todos.

Cartilha irá indicar o passo-a-passo para emissão das certidões negativas básicas
Todas as certidões podem ser emitidas a qualquer momento.
Sugerimos um acompanhamento das mesmas, para a não perda de prazos para oportunidade dos negócios.
A descoberta de pendencias serão resolvidas em um prazo curto, conforme demonstrativos dos órgãos responsáveis.

7. BIBLIOGRAFIA

OLIVEIRA, Luciana Ramos de. A sobrevivência das empresas com débitos tributários ante à dificuldade de emissão de CPEN (certidão positiva com efeitos negativos).. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XI, n. 57, set 2008. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=3132>. Acesso em maio 2015.

REFERÊNCIAS

GUEDES, Rita de Cassia. **Responsabilidade social e cidadania empresarias**: conceitos estratégicos para as empresas face a globalização. São Paulo, 2000. Disertação de mestrado em administração de empresas da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

HOOG, Wilson Alberto Zappa. **Tricotomia contábil e sociedades empresarias**. Curitiba: Juruá, 2006.

IUDICIBUS, Cesar Eduardo de; LOPES, Alexsandro Broadel. **Teoria avançada da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2004.

LOURENÇO, Alex Guimarães et al. **Responsabilidade social das empresas**. A contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis. 2003. v.2.

PASSOS, Jose Meireles. **Responsabilidade social também da lucro, dizem empresários**. O Globo, 1º de Fev. 2002. Caderno especial de Globalização.

SUCUPIRA, Joao. **A responsabilidade social das empresas no Brasil**: reprodução de postura ou novos rumores. 2004. Disponível em <https://books.google.com.br/books?id=MzDHIDMXHDYC&pg=PA149&lpg=PA149&dq=www.balan%C3%A7osocial.org.br/bib05.html&source=bl&ots=jn0CNuIW66&sig=U2RJxnSUmzvaIOWalOMRI21LpFc&hl=pt-BR&sa=X&ei=FW1aVdutFM6wsASyiYCICw&ved=0CB0Q6AEwAA#v=onepage&q=www.balan%C3%A7osocial.org.br%2Fbib05.html&f=false>. Acesso em 02 Maio 2015.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco social**: uma abordagem da transparência e da responsabilidade publica das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.