

FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURIPIDES SOARES DA ROCHA”
CENTRO UNIVERSITÁRIO EURIPIDES DE MARÍLIA - UNIVEM
CURSO DE CONTABILIDADE

**ANA CAROLINE TORRES SABES
DIEGO PIVA MARQUES
RAQUEL ALCACE CONCEIÇÃO**

**BENEFÍCIOS E REAÇÕES
PROPORCIONADOS AO PÚBLICO INTERNO EM EMPRESAS
QUE PUBLICAM O BALANÇO SOCIAL**

MARÍLIA
2008

ANA CAROLINE TORRES SABES
DIEGO PIVA MARQUES
RAQUEL ALCACE CONCEIÇÃO

BENEFÍCIOS E REAÇÕES
PROPORCIONADOS AO PÚBLICO INTERNO EM EMPRESAS
QUE PUBLICAM O BALANÇO SOCIAL

Trabalho de Curso apresentado ao Curso de Contabilidade da Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha” mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIVEM, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Contabilidade.

Orientador:
Prof. Khristoferson Teixeira da Paz

MARÍLIA
2008

SABES, Ana Caroline Torres; MARQUES, Diego Piva;
CONCEIÇÃO, Raquel Alcace.

Benefícios e Reações Proporcionados ao Público Interno em
Empresas que Publicam o Balanço Social / Ana Caroline Torres
Sabes; Diego Piva Marques; Raquel Alcace Conceição. Orientador:
Khristoferson Teixeira da Paz.

84f.

Trabalho de Curso Graduação em Contabilidade - Curso
Contabilidade, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”,
mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília -
UNIVEM, Marília, 2008.

1. Balanço Social 2. Responsabilidade Social 3. Colaboradores

CDD: 657.40681



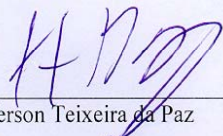
FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"
Mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIVEM
Curso de Ciências Contábeis.

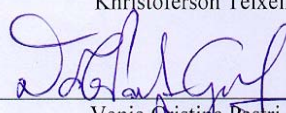
Ana Caroline Torres Sabes - 34785-1
Diego Piva Marques - 35225-1
Raquel Alcace Conceição - 34883-1


TÍTULO "BALANÇO SOCIAL - BENEFÍCIOS E REAÇÕES PROPORCIONADOS AO PÚBLICO INTERNO EM EMPRESAS QUE EMITAM O BALANÇO SOCIAL "

Banca examinadora do Trabalho de Curso apresentada ao Programa de Graduação em Ciências Contábeis da UNIVEM, F.E.E.S.R, para obtenção do Título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Nota: 8,0

ORIENTADOR: 
Khristoferson Teixeira da Paz

1º EXAMINADOR: 
Vania Cristina Pastri Gutierrez

2º EXAMINADOR: 
Marlene de Fatima Campos Souza

Marília, 25 de novembro de 2008.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente queremos agradecer a Deus que nos dá a vida e pelo seu amor, que nos fortalece a cada dia, e que sem ele nada seríamos.

Aos nossos familiares que foram nossos exemplos de vida, por acreditarem em nós e dedicarem esse amor incondicional, amparando e incentivando em tudo na nossa vida.

Agradecemos ao professor Fábio Rogério, pela orientação inicial no trabalho e pela prática do décimo primeiro princípio da contabilidade.

Aos professores:

Marlene, pela ajuda e trabalho incondicional realizados com dedicação e carinho em benefício ao curso.

Khristoferson, pelo esforço e apoio desprendido durante a orientação.

Célia Santana, pela ajuda e colaboração desde o início da nossa pesquisa.

José Márcio, pela seriedade e serenidade durante suas aulas, e “conselhos”.

Alexandre “Senninha”, além de ótimo professor, muito companheiro e divertido.

Vânia Gutierrez, pelo incentivo aos trabalhos acadêmicos e dedicação.

Basoli, pela atuação marcante como professor no curso de Contábeis.

Miguel, pelo esforço e batalha durante toda sua vida acadêmica.

Aos demais professores, pela colaboração e ao professor Jader “In memoriam”.

Agradecemos a Aline Sabes, pela ajuda e apoio na finalização do nosso trabalho.

Em particular:

Eu, Diego, agradeço particularmente a meus pais: Melchor e Marta, alicerces da minha vida, unidos a mim pelo sangue e pela alma.

A minhas irmãs: Daiane e Amanda, lindas, meus amores, fazem parte desta conquista.

Aos meus avós: Laurindo Piva e Dolores “In memoriam” e Antonio “In memoriam” e Luzia, por me passarem os maravilhosos “conhecimentos empíricos”.

A minha namorada, Patrícia, pessoa que eu amo de forma incondicional e me torna um homem mais feliz e abençoado por Deus. Pessoa que dedico toda minha luta e meus esforços, com quem quero viver por todas as minhas vidas.

Eu Raquel Alcace agradeço aos meus pais Ademir José e Maria Lucia que por nenhum minuto deixaram de acreditar em mim; meus melhores orientadores, meus melhores conselheiros.

Eu Ana Caroline, agradeço a minha mamãe Simone, “In memoriam”, por tudo que sou. Ao meu lindo e eterno amor, Pedro Henrique, por tudo de maravilhoso que ele me faz, e por todo seu apoio e amor incondicional; por tudo que me ensinou e ajudou nos momentos da minha vida, pelos ótimos e simplesmente inesquecíveis momentos que passamos juntos. Pessoa esta, maravilhosa que me faz a mulher mais feliz, completa e abençoada do mundo. Agradeço a meus avós Ilda e Arnaldo; a vovó agradeço todo seu carinho, amor e dedicação em todos os momentos de minha vida.

“Ainda, que eu falasse a língua dos anjos e falasse a língua dos homens,... sem o amor, nada seria.”

Coríntios I - 13

SABES, Ana Caroline Torres Sabes; MARQUES, Diego Piva; CONCEIÇÃO, Raquel Alcace **Benefícios e reações proporcionados ao público interno em empresas que publicam o Balanço Social**. 2008. 84f. Trabalho de Curso (Bacharelado em Contabilidade) - Centro Universitário Eurípides de Marília, Fundação de Ensino “Eurípides de Soares da Rocha”, Marília, 2008.

RESUMO

Nos dias atuais, muito se tem falado em uma nova postura ética empresarial. Para demonstrar esta nova maneira de conduzir os negócios a contabilidade como ciência disponibiliza um demonstrativo que está cada vez mais em evidência: o Balanço Social, que contempla em seu conteúdo a demonstração do valor agregado/adicionado (DVA), é um demonstrativo atual, capaz de explicitar a relação social existente entre a empresa e seus colaboradores, comunidade, governo, instituições financeiras, fornecedores, sócios, meio ambiente e etc. Percebemos que o desenvolvimento de uma postura responsável social por parte das empresas, além de proporcionar ganhos sociais para as pessoas ligadas à mesma, aumenta os valores empresariais e melhoram a imagem da entidade. E foi para demonstrar tudo isto e, levar estas ações à tona, que o balanço social se torna importante ferramenta informativa e de gestão empresarial. Através de uma metodologia bibliográfica e estudo de caso, buscamos neste trabalho evidenciar os benefícios e as reações que a publicação do Balanço Social proporciona aos colaboradores e aos sócios de uma empresa que publica o referido demonstrativo.

Palavras - chaves: Balanço Social, Responsabilidade Social, Colaboradores.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1-Tempo de Trabalho na Empresa.....	62
Gráfico 2 - Trabalho em Outra Empresa.....	63
Gráfico 3 - Sexo dos Funcionários.....	63
Gráfico 4 - Idade dos Funcionários.....	64
Gráfico 5 - Nível de Escolaridade.....	64
Gráfico 6 - Faixa Salarial.....	65
Gráfico 7 - Leitura do Ultimo Balanço Social.....	65
Gráfico 8 - Se o Funcionário Leva Para a Casa o Balanço Social.....	66
Gráfico 9 - Conhecimento de Balanço Social de Outra Empresa.....	67
Gráfico 10 - A Importância da Publicação do Balanço Social Para os Colaboradores.....	67
Gráfico 11 - A Importância Para a Sociedade da Publicação do Balanço Social.....	68
Gráfico 12 - A Importância da Publicação do Balanço Social Para as Empresas.....	68
Gráfico 13 - Informações Úteis no Balanço Social.....	69

LISTA DE QUADRO

Quadro 1 - Tendências Históricas de Ética e Responsabilidade Social Corporativa.....	20
--	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO 1 – DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.....	13
1.1 Conceito de Responsabilidade Social Empresarial.....	13
1.1.1 Da Cultura e Responsabilidade Social Empresarial.....	16
1.1.2 Os Primórdios do Conceito de Responsabilidade Social Empresarial no Século XX.....	18
1.1.3 Evolução do Conceito de Responsabilidade Social Corporativa.....	19
1.2 Responsabilidade Social Empresarial no Brasil.....	21
1.3 Teoria dos Stakeholders.....	24
1.3.1 Colaboradores.....	26
1.3.2 Acionistas.....	27
CAPÍTULO 2 – DO BALANÇO SOCIAL.....	28
2.1 Conceito e Origem do Balanço Social.....	28
2.2 Balanço Social Francês.....	31
2.3 Balanço Social Português.....	33
2.4 Balanço Social em outros países do exterior.....	36
2.5 Balanço Social no Brasil.....	40
2.6 Modelo IBASE de Balanço Social.....	43
CAPÍTULO 3 – DO VALOR ADICIONADO.....	47
3.1 Valor Adicionado.....	47
3.2 Conceito Econômico de Valor Adicionado.....	47
3.3 Conceito Contábil de Valor Adicionado.....	48
3.4 Demonstração do Valor Adicionado.....	52
3.5 A DVA no exterior.....	55
3.6 A DVA no Brasil.....	57
CAPÍTULO 4 – ESTUDO DE CASO.....	59
4.1 Dados da Empresa.....	59
4.2 Metodologia da Pesquisa.....	60
4.3 Tabulação da Pesquisa.....	60
CONSIDERAÇÃO FINAL.....	70
REFERENCIAS.....	72
ANEXOS.....	76
ANEXO 1.....	77
ANEXO 2.....	80
ANEXO 3.....	82

INTRODUÇÃO

No Brasil, desde meados dos anos 70, é notório o aumento da preocupação social das empresas. Aquele antigo conceito do famoso economista Milton Friedman, que afirmava que a responsabilidade social da empresa era de aumentar seus lucros, passou e ainda passa por um processo de mudanças.

Este novo conceito de responsabilidade social das empresas aconteceu através da retirada parcial do Estado de alguns pontos econômicos e da mudança de atitude da sociedade, que atualmente tem mais acesso a informações e cobra maior desempenho social das organizações. Todo este cenário, colocou as empresas como um agente social importante, que influencia e agrega valores a uma comunidade, cidade, região ou até mesmo a vários países.

No Brasil a persistência do sociólogo Herbert de Souza e a ação conjunta de um grupo de empresas (ADCE – Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas), foram marcantes para o desenvolvimento de um novo modelo de responsabilidade social empresarial. Podemos dizer que atualmente várias empresas já despertaram para essas novas exigências sociais e estão se adequando a um novo padrão de gerência empresarial – padrão este que, agrega valores a organização e pode diferenciá-la das demais.

E foi a necessidade de apresentar para os acionistas, colaboradores, governo e sociedade as ações sociais desenvolvidas pela empresa, que as organizações passaram a publicar o Balanço Social, um demonstrativo técnico-gerencial que engloba um conjunto de informações sociais da empresa, permitindo que os agentes econômicos visualizem suas ações em programas sociais para os empregados (salários e benefícios), entidades de classe (associações e sindicatos), governo (impostos e contribuições), cidadania (parques, meio ambiente) e comunidade onde a empresa esta instalada.

Com o advento do Balanço Social por várias empresas e o constante aumento desta prática, sendo por mudança de responsabilidades empresariais ou até mesmo por exigências mercadológicas, pensamos que de algum modo à publicação do referido demonstrativo pode trazer alguns benefícios para seu público interno (colaboradores, sócios e acionistas) que, através dele poderão obter informações importantes sobre a situação social da empresa, evidenciando o número de colaboradores, salários, desenvolvimento do profissional, preservação do meio ambiente, distribuição do valor agregado pela empresa, administração dos recursos humanos, além de informações financeiras e outras apresentadas no balanço social. Sendo assim, analisando que a função fundamental da contabilidade é prover seus

usuários de informações que os auxiliem a tomar decisões, pretendemos demonstrar o balanço social como uma importante ferramenta de informação e dirigimos este estudo no sentido de pesquisar as reações e benefícios que ele provoca nos colaboradores e nos sócios de uma empresa que publica o Balanço Social, utilizamos como estudo de caso, a indústria Dori Alimentos Ltda, da cidade de Marília estado de São Paulo.

A metodologia utilizada neste trabalho foi baseada em pesquisa bibliográfica nas áreas de contabilidade social, balanço social, e um estudo de caso realizado na indústria Dori Alimentos Ltda, no ano de 2008.

No primeiro capítulo deste trabalho, trataremos do desenvolvimento da responsabilidade social empresarial, desde a busca pelos lucros, até a nova visão empresarial que coloca as organizações como importante e determinante agente social capaz de mudar, desenvolver e influenciar a sociedade.

Posteriormente, dissertaremos a respeito do balanço social, um demonstrativo que pode ser caracterizado como econômico-social e é instrumento importantíssimo na evolução social empresarial. Através dele a organização disponibiliza a todos os interessados as informações sobre seu “gerenciamento humano”, suas práticas ambientais, suas ações favoráveis ao desenvolvimento do homem, a divisão do valor adicionado através de suas atividades e etc. É uma das maneiras mais completas de estreitar as relações entre a empresa e seus colaboradores, comunidade onde atuam sócios e sociedade em geral.

No terceiro capítulo, falaremos sobre a DVA – demonstração do valor adicionado, um demonstrativo que faz parte do corpo do balanço social e tem como principal objetivo, demonstrar como valor ganho pela empresa através de suas atividades foi dividido entre acionistas, governos, colaboradores e outras fontes financiadoras de recursos. Cabe ressaltar que a partir de 2008, por meio da Lei 11.638/2007, que alterou a Lei 6.404/76, a DVA é uma demonstração financeira de caráter obrigatório para as empresas de capital aberto e grandes empresas.

No quarto e último capítulo deste trabalho, colocamos em questão os benefícios e a importância do balanço social para os colaboradores e sócios da organização. Através de uma pesquisa e estudo de caso aplicado na empresa Dori Alimentos Ltda, buscamos apresentar veridicamente através de uma amostra de colaboradores, o que estes concluem a respeito do balanço social e assim, levar ao meio acadêmico uma resposta prática baseada na realidade organizacional.

CAPÍTULO 1 - DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

1.1 Conceito de Responsabilidade Social Empresarial

Muito se têm falado nas responsabilidades empresariais que atingem seus funcionários, clientes, fornecedores, enfim, a sociedade de um modo geral. Constata-se o aumento das discussões, tanto entre os administradores, quanto no meio acadêmico, sobre a maneira que as organizações devem se comportar perante seus diversificados públicos e atender as expectativas dos mesmos. Este comportamento deve demonstrar uma conduta ética e correta na relação com seus stakeholders e um compromisso social com a comunidade onde a empresa atua.

D'Ambrósio (1998, p. C-8), relata que:

A responsabilidade social de uma empresa consiste na sua “decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrente do tipo de atividade que exerce”.

O conceito de responsabilidade social corporativa está associado ao reconhecimento de que as atitudes e os resultados das decisões empresariais alcançam um universo social que vai muito além dos sócios e acionistas (shareholders). Desta maneira, a responsabilidade social corporativa, destaca o impacto das atividades das empresas para os agentes sociais com os quais interagem (stakeholders): empregados, fornecedores, clientes, consumidores, colaboradores, investidores, competidores, governos e comunidades.

Grajew (2000, p. B-2), destaca a ampliação do conceito de responsabilidade social:

[...] o conceito de responsabilidade social está se ampliando, passando da filantropia, que é a relação socialmente compromissada da empresa com a comunidade, para abranger todas as relações da empresa: com seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, meio ambiente e organizações públicas e estatais [...].

Este modelo de comportamento empresarial demonstra que os compromissos das organizações vão além daqueles que conhecemos habitualmente, tais como o cumprimento das obrigações trabalhistas, tributárias e sociais. Expressa assim a adoção e a difusão de

valores, condutas e procedimentos que levem a empresa a melhorar seus processos, para que também resultem em preservação e melhoria da qualidade de vida das sociedades, do ponto de vista ético, social e ambiental.

O tema da responsabilidade social não deve ser tratado isoladamente e integra-se, portanto, ao planejamento estratégico das empresas, onde as decisões são direcionadas e as medidas adotadas caminham para o atendimento das demandas e dos diversos participantes envolvidos. Dessa forma a questão da responsabilidade social corporativa está relacionada com a gestão empresarial em um cenário globalizado cheio de mudanças e cada vez mais complexo, onde as questões sociais e ambientais ganham ênfase e são de grande importância para a sustentabilidade e o sucesso dos negócios.

Percebemos que, a responsabilidade social corporativa não está situada apenas no âmbito da caridade ou da filantropia tradicionalmente praticada pela iniciativa privada. É um conceito muito mais próximo das estratégias de sustentabilidade de longo prazo das empresas que, em seu caminho em busca da lucratividade, inclui a necessária preocupação com os efeitos de suas atividades desenvolvidas e o objetivo de proporcionar bem-estar para a sociedade. Assim a conduta responsável permeia a gestão e a estrutura organizacional, no sentido de destinar parte da riqueza adicional a benefícios que se estendam aos funcionários, familiares, comunidades locais, regionais e nacionais, as quais podem ou não estar relacionadas diretamente com os negócios e objetivos da empresa.

Se tomarmos uma visão exclusivamente financeira, teremos a impressão de que o exercício da responsabilidade social, à primeira vista, parece um custo adicional para a empresa. Onde os gastos despendidos, poderiam ser reinvestidos ou até mesmo distribuídos em forma de lucros para os sócios ou acionistas. Todavia, a adoção de uma postura responsável social pelas empresas, indica ganhos tangíveis, sob a forma de fatores que agregam valor, reduzem custos e trazem aumento de competitividade, como melhoria da imagem institucional, criação de um ambiente externo e interno favorável, estímulos adicionais para melhoria e inovações nos processos de produção, incremento na demanda por produtos, serviços e marcas, ganhos de participação de mercados e diminuição de instabilidade institucional e políticas locais.

É perceptível notar que nos últimos tempos tem aumentado gradualmente o envolvimento das empresas em ações sociais, culturais e de preservação ambiental destinadas às comunidades, seus funcionários e familiares, enfim a sociedade de uma maneira mais ampla. Todas essas ações evidenciam uma preocupação que vai além dos lucros e determina essa nova tendência de comportamento empresarial: a responsabilidade social corporativa.

Grajew (2000, p. B-2), destaca alguns fatores que contribuíram para o aumento do envolvimento das empresas com as questões sociais:

Os fatores que têm impulsionado as empresas brasileiras na ampliação do conceito de responsabilidade social e, conseqüentemente, na mudança de patamar de suas ações sociais são os seguintes: enormes carências sociais do país, crescente grau de organização de nossa sociedade e especialmente do Terceiro Setor, a ação social dos concorrentes, a divulgação crescente dos meios de comunicação sobre as ações sociais das empresas e o crescimento das expectativas das comunidades e dos funcionários sobre o engajamento social empresarial.

É comum e fácil de visualizar que as responsabilidades das organizações passam por constantes mudanças. Nestes tempos de globalização as funções e as atividades sociais que as empresas desenvolvem e atingem a comunidade e seus demais públicos de maneira positiva, ocupam um lugar cada vez mais de destaque e importância no contexto socioeconômico em que a empresa atua. Vemos atualmente uma crescente empresarial em todos os lugares, onde a política neoliberal proporciona gradativamente uma retirada ou parcial redução da atividade Estatal na economia de forma geral, proporcionando maior participação das empresas civis em atos antes comuns ao poder público, tornando assim estas organizações cada vez mais importantes e influentes econômica e socialmente. Este fato leva a empresa a aprender a equacionar a necessidade de obter lucros, obedecer às leis, ter um comportamento ético e envolver-se com alguma forma de socialmente responsável nas comunidades onde se inserem.

O que está acontecendo é mais do que uma resposta dos negócios as pressões sociais ou mercadológicas. As mudanças constantes e pressões exercidas pela globalização e competição nos negócios fazem com que as organizações repensem sua maneira de agir. Cria-se então um novo modo de conduzir os negócios em todo o mundo, buscando prosperidade, boa imagem e lucratividade. Neste cenário, tanto o papel da empresa como o do próprio Estado estão sofrendo alterações. Se, por um lado, o papel da empresa na sociedade é cada

vez mais amplo e complexo, por outro, muitas funções tradicionais do Estado estão sob ameaça.

A responsabilidade social empresarial é a característica que melhor define esta nova maneira de agir nos negócios. Em resumo, está se tornando uniforme a visão de que os negócios devem ser feitos de maneira ética, respeitando e obedecendo a valores morais cada vez mais aceitos como apropriados. Os atos e práticas das empresas enquadradas neste conceito precisam desse ponto de vista, caracterizar-se por:

- Preocupação com atitudes éticas e moralmente corretas que afetam todos os públicos/stakeholders envolvidos;
- Promoção de valores e comportamentos morais que respeitem os padrões universais de direitos humanos e de cidadania e participação na sociedade;
- Respeito ao meio ambiente e contribuição para sua sustentabilidade em todo mundo;
- Maior envolvimento nas comunidades em que se insere a organização, contribuindo para o desenvolvimento econômico e humano dos indivíduos ou até atuando diretamente na área social, em parceria com governos ou isoladamente.

Este seria então um referencial para a responsabilidade social empresarial que atenderia um novo modelo de gestão e um repensado e mais abrangente papel das organizações na sociedade. Assim, este maior envolvimento social das empresas, formado pelas modificações nos papéis de outras instituições (tais como o Estado e a sociedade civil) e pela globalização dos negócios, mostra que a responsabilidade social tornou-se um diferencial para tornar as organizações mais produtivas e garantir o respeito do público e, enfim sua própria viabilidade.

1.1.1 Da Cultura e Responsabilidade Social Empresarial

Outro fator importante para entendermos o comportamento empresarial responsável é a cultura. Devemos levar em consideração que toda empresa está situado em um contexto sociocultural mais amplo e complexo, onde suas atitudes perante seus acionistas, funcionários

e demais stakeholders, são influenciadas e direcionadas conforme as características culturais existentes onde a mesma se localiza.

Para Barbosa, (1999, p. 141):

As organizações não existem em um vácuo nem são completamente objetivas e imparciais: há sempre um contexto que as influencia, tornando a administração culturalmente condicionada e sujeita aos valores, princípios e tradições da sociedade em que se insere.

Valores culturais são: um conjunto de regras e significados que regem as ações e atitudes de cada indivíduo. Não existem pessoas, organizações ou países sem cultura. Toda a sociedade funciona de acordo com princípios, valores e tradições culturais específicos, que determinam o comportamento das pessoas, grupos ou instituições.

Ashley (2005, p. 10), a respeito da cultura e responsabilidade social empresarial menciona que:

Não há indivíduos, empresas ou países sem cultura. Toda sociedade funciona de acordo com princípios, valores e tradições culturais específicos, que determinam os pensamentos e comportamentos de indivíduos, grupos ou instituições, entre os quais se incluem necessariamente as organizações e o mundo dos negócios. Além de princípios éticos e valores morais, temos também princípios e valores culturais influenciando os modos de ação e práticas administrativas e, portanto, o modo como a responsabilidade social corporativa é concebida e implementada em determinada sociedade.

Podemos perceber que, as empresas estão atentas a estas questões culturais das diferentes sociedades onde se inserem. A atenção às características culturais pertencentes a região onde a empresa atua, fazem parte da implementação do processo de responsabilidade social empresarial; uma empresa só é responsável socialmente se respeitar a cultura desenvolvida no cenário onde está instalada.

Desta maneira, podemos perceber por que a dimensão cultural é essencial para entendermos as formas que a responsabilidade social corporativa vem tomando no mundo dos negócios. Por um lado, a responsabilidade social de uma empresa tem de ser pensada em relação a sua inserção em um complexo mundo social e cultural regido por determinados valores e normas culturais comuns àquela sociedade. Por outro lado, a própria noção de responsabilidade social é um valor cultural cada vez mais aceito e empregado ao redor do

mundo, principalmente como conseqüência das atuais mudanças no modo como se concebe o papel social da empresa perante a sociedade.

1.1.2 Os Primórdios do Conceito de Responsabilidade Social Empresarial no Século XX

Hodd (1998, p. 680-684) relata que “Nos Estados Unidos e na Europa, até o século XIX, a responsabilidade social corporativa era aceita como doutrina e de obrigação das organizações, pois, até então somente o Estado e as Monarquias exerciam as atividades industriais”. Os Monarcas e o Estado também nesta época, expediam alvarás para algumas corporações desenvolverem trabalhos industriais, mas, todos estes trabalhos eram voltados para a população, tais como: infra-estrutura, transporte e construção. Além disso, as corporações ofereciam benefícios públicos, como a exploração de novas terras e a colonização.

Com a independência dos Estados Unidos, a abertura para empresas de capital aberto aumentou; primeiro vieram àquelas que ofereciam obras de interesse público e após as empresas que conduziam negócios de interesses particulares. Assim, até o início do século XX as empresas norte americanas absorveram a máxima de que a premissa das organizações era a maximização dos lucros em favor de seus acionistas.

No ano de 1919, a questão da responsabilidade social de uma empresa ganhou notoriedade com o caso Dodge versus Ford, nos Estados Unidos. Na época, Henry Ford não distribuiu lucros, revertendo-os para o aumento da capacidade de produção da empresa, aumento de salários e fundo de reserva para a redução de receitas esperada em função do corte nos preços de veículos.

A Suprema Corte de Michigan foi favorável a John e Forace Dodge, justificando que a organização existe para alcançar os interesses lucrativos de seus acionistas e que qualquer atitude de investimento financeiro seria válida somente para tal finalidade.

Berle (1991) afirma que “Após os efeitos da Grande Depressão e da Segunda Guerra Mundial, a noção de que a corporação deve responder apenas a seus acionistas, sofreu muitos ataques, principalmente pelo trabalho de Berle e Means”. Segundo eles, os acionistas eram

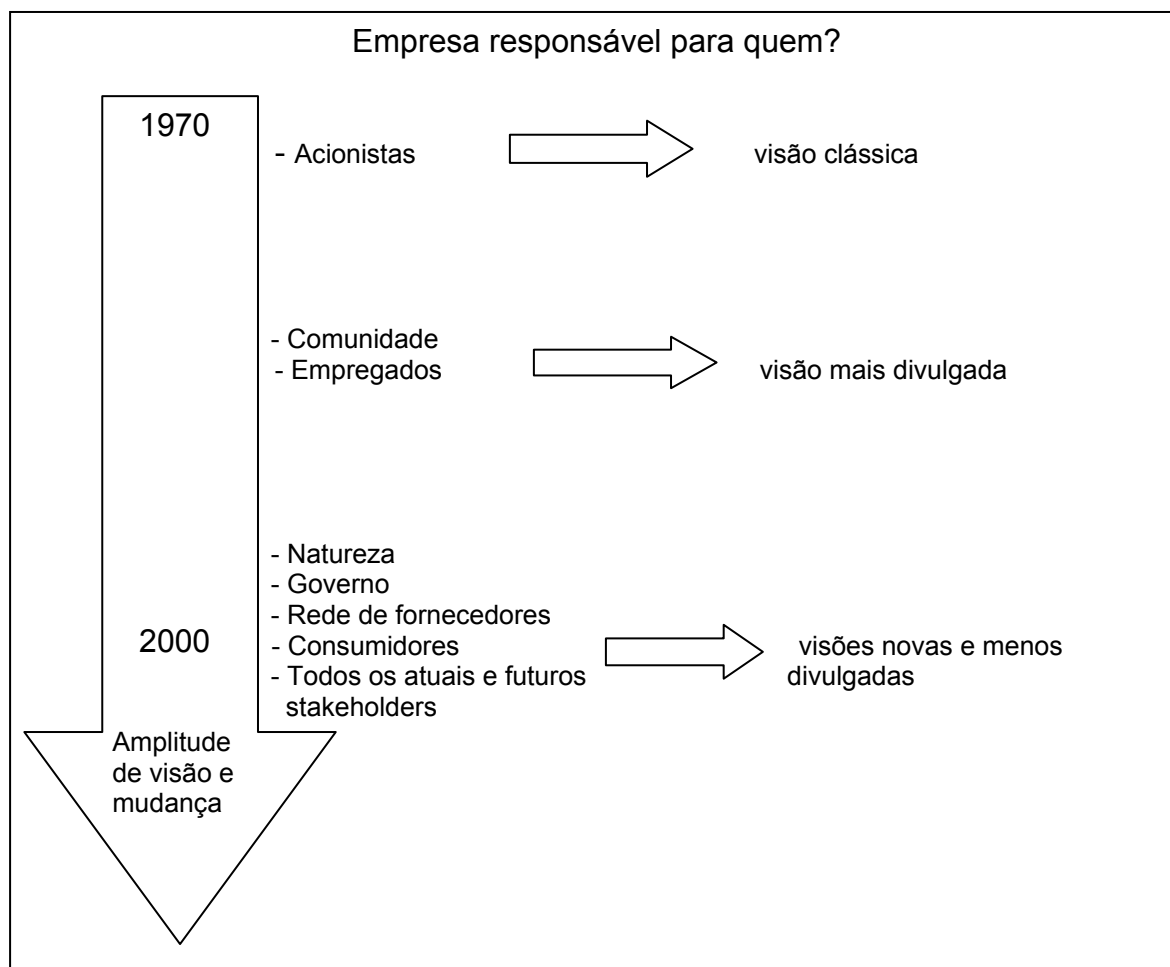
passivos proprietários que abdicavam de controle e responsabilidade a favor da diretoria da corporação. Em um contexto de expansão do tamanho das corporações e de seu poder sobre a sociedade, diversas decisões nas Cortes norte americanas foram favoráveis às ações filantrópicas das corporações.

Foi o caso *A. P. Smith Manufacturing Company versus Barlow*. Neste a Suprema Corte de Nova Jersey foi favorável a doação de dinheiro para a Universidade de Princeton, contrariando os interesses de alguns de seus acionistas, alegando que a instituição poderia buscar o desenvolvimento social estabelecendo em lei a filantropia corporativa.

Passou-se então, a discutir mais sobre as responsabilidades sociais da empresa, alegando que: se as ações filantrópicas eram consideradas legítimas, também outras ações poderiam ser priorizadas antes mesmo dos interesses dos proprietários. Começou-se então uma maior discussão e difusão do assunto, no meio empresarial e acadêmico, focando a importância da responsabilidade social corporativa pela ação de seus dirigentes e administradores, inicialmente nos Estados Unidos e, posteriormente, no final da década de 1960, na Europa.

1.1.3 Evolução do Conceito de Responsabilidade Social Corporativa

Partindo da visão clássica de Milton Friedman, de que a responsabilidade social da empresa era atender as expectativas de lucro de seus investidores, até chegarmos às tendências mais radicais provindas da sociedade atual, onde a empresa socialmente responsável precisa atender as expectativas de seus diversos stakeholders, notamos uma mudança organizacional que historicamente é ilustrada no quadro abaixo respondendo a seguinte pergunta: para quem a empresa deve ser responsável?

Quadro 1 : Tendências Históricas de Ética e Responsabilidade Social Corporativa.

Fonte: Ética e Responsabilidade Social nos Negócios

JONES (1996, p. 7-41) afirma que “Nos últimos 30 anos, o tema responsabilidade social corporativa vem sendo atacado e apoiado por vários autores. Os que atacam o assunto se baseiam no conceito de direito de propriedade de Friedman” – Ele argumenta que os dirigentes corporativos a serviço dos acionistas, não podem fazer nada que não seja para maximizar os lucros da empresa, mantidos os limites da lei. Agir de forma contrária seria um afronte aos interesses dos investidores e uma violação das obrigações legais e morais da direção empresarial. Também existe o argumento da função institucional, que destaca a respeito da função das empresas e afirma que existem outras organizações, tais como: igrejas, Estado, entidades sem fins lucrativos e sindicatos que se responsabilizam pelas funções sociais mais amplas. Concluem dizendo que os dirigentes das grandes corporações não possuem competência técnica e tempo de mandato suficiente para desenvolverem atividades com finalidades diferentes a não ser, aquelas comuns das organizações em busca da maximização de seus retornos financeiros.

Os argumentos a favor do tema responsabilidade social corporativa partem da área acadêmica que discute as relações entre negócios e sociedade e se norteia por duas linhas básicas: ética e instrumental.

Ashley (2005, p. 48), ilustra bem essa correlação entre as duas linhas:

Os argumentos éticos derivam dos princípios religiosos e das normas sociais prevalecentes, considerando que as empresas e as pessoas que nelas trabalham deveriam se comportar de maneira socialmente responsável por ser a ação moralmente correta, mesmo que envolva despesas improdutivas para companhia.

Os argumentos na linha instrumental consideram que há uma relação positiva entre o comportamento socialmente responsável e o desempenho econômico da empresa. Justifica-se essa relação por uma ação pro ativa da empresa, que busca oportunidades geradas por uma:

- Consciência maior sobre as questões culturais, ambientais e de gênero;
- Antecipação, evitando regulações restritivas à ação empresarial pelo governo;
- Diferenciação de seus produtos diante de seus competidores menos responsáveis socialmente.

A partir da década de 1960, quando a discussão sobre o assunto se protelou nos meios acadêmicos e empresariais, o desenvolvimento de ações socialmente responsáveis passou a ser mais freqüente nas organizações e a sociedade como um todo começou a acompanhar essa evolução, tendo em vista que atualmente a responsabilidade social corporativa passa por um processo de normatização, onde já existem órgãos para acompanhar e mensurar o nível de comprometimento das empresas e a amplitude de suas ações através de índices e demonstrativos quantitativos e qualitativos.

1.2 - Responsabilidade Social no Brasil

Foi no século XX que o poder social das organizações cresceu de forma substancial. As mudanças estabeleceram a evolução dos negócios e o neoliberalismo: a redução da autonomia dos Estados e a maior atuação das organizações privadas em atividades antes só

conduzidas por entes do poder público. Este contexto causou a redução significativa da ação do aparelho estatal, as aberturas das fronteiras para a internacionalização das empresas, a submissão de diversas relações sociais aos condicionamentos e disciplinas do mercado – o que, em geral gerou desregulamentação de diversos setores, menor aplicação de recursos em áreas sociais e a privatização de vários serviços públicos.

Contudo, no final do século XX, o que se percebia era que, o neoliberalismo estava trazendo indesejáveis conseqüências à sociedade. O nível de desemprego que assolava a população era alto, assim como a degradação ambiental a corrupção e a concentração de renda – tudo isso passou a ser conectado a uma sociedade em que a autoridade da lógica empresarial é incontestável.

As críticas as organizações privadas e aos seus modos de gestão, que antes se limitavam a reclamações do tipo trabalho X empregador, passaram a ganhar dimensões maiores, onde sua conduta para com seus demais públicos passou a ser contestada.

Ventura (2003, p. 15), explica o papel da responsabilidade social para as empresas:

É neste contexto que a responsabilidade social corporativa assume a forma de uma resposta às críticas, ao mesmo tempo em que tenta firmar novos compromissos, mais adequados às condições sócio-econômicas contemporâneas. Assim a responsabilidade social, surge entre as diversas iniciativas empresariais, voltada a formar um novo espírito capitalista, no intuito de despertar um interesse que não seja apenas material, surge como forma de conter a busca sem medidas pelo lucro.

Gonçalves (1980, p. 7), comenta sobre a responsabilidade social e a atitude empresarial:

Para que a responsabilidade social exista é necessário, antes de tudo, que as técnicas e filosofias das empresas sejam repensadas, que o fim social não seja massacrado pelo desejo de lucro – lucro este que não deve ser um fim em si, e sim o viabilizador de uma atitude mais ética e responsável por parte das empresas.

No Brasil, onde as variáveis econômicas e os valores de mercado são constantes, as empresas se deparam cada vez mais com responsabilidades que antes não faziam parte de suas atribuições. É muito recente e foi na década de 1970, que a idéia de responsabilidade social

começou a ser discutida com maior destaque em nosso país, o pioneirismo aconteceu por parte da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) Brasil¹, cujo objetivo era promover o debate sobre o balanço social.

A inserção do assunto através da ADCE foi um fato marcante para o tema responsabilidade social empresarial no país, através da nossa cultura (que relaciona nossas práticas muitas vezes á nossa religião), o assunto ganhou destaque e passou a ser pensado e tratado com mais interesse e atenção pelas empresas brasileiras. O entendimento foi de que o valor social representa compromissos sociais da empresa e devem ser encarados como assunto estratégico em suas agendas. Isso propiciou maior compromisso e avanço em busca da conscientização empresarial a respeito de suas funções sociais no cenário brasileiro.

Ética e responsabilidade social nos negócios são temas discutidos no Brasil desde meados dos anos de 1970, até os dias atuais continua em crescente evolução e aceitação entre as organizações, mas foi na década de 1990 que o assunto se expandiu em maior dimensão pela sociedade empresarial e acadêmica no país. Foi nos anos 90 que aumentaram as produções acadêmicas sobre RSE (responsabilidade social empresarial) e surgiram várias premiações para empresas consideradas responsavelmente sociais e várias instituições promotoras do conceito.

O surgimento de entidades como o Instituto Ethos, o Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), o Conselho de Cidadania Empresarial da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG), o Núcleo de Ação Social (NAS) da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) e a Associação de Empresários pela Cidadania (CIVES), além do ADCE-Brasil e da Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), mostra bem tal evolução.

Outro fato que evidencia bem esta ascendência são as muitas premiações existentes, no Brasil, nesta área: Selo Empresa Cidadã (Câmara Municipal de São Paulo), Top Social ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil), Prêmio Eco (Amcham

¹ A ADCE-Brasil é uma entidade constituída de empresários cristãos, que possui como fundamento de suas práticas os princípios estabelecidos pela doutrina social da igreja. Todas as atividades ligadas à responsabilidade e ao balanço social das empresas dirigidas pelos membros da associação seguem tais princípios.

– Câmara Americana de Comércio), Prêmio Balanço Social (Fides, Ibase, Instituto Ethos, Serasa e Bolsa de Valores de São Paulo), Selo Empresa Amiga da Criança (Fundação Abrinq, originada na Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos), entre outras, tanto nacionais quanto regionais.

Há também a inserção do tema responsabilidade social empresarial na grade curricular de cursos de graduação e pós-graduação nas instituições de ensino superior, bem como em workshops, encontros, seminários, congressos e no maior evento acadêmico da área de Administração – o Encontro Anual da Associação dos Cursos de Pós-Graduação em Administração (Enanpad). Esse contexto permitirá uma melhor formação dos futuros profissionais de nível superior, pois, estes serão os próximos gestores empresariais.

É grande a expectativa no que se refere à permanência da propagação de um ideário social no meio empresarial brasileiro. Algumas empresas com atividades no país já têm a responsabilidade social como assunto constante em suas agendas de negócio. E muitos empresários brasileiros já perceberam que contribuir para o bem-estar de seus funcionários, da comunidade em que atuam e promover práticas de governança e transparência com seus stakeholders é o divisor de águas entre as empresas que omitem e as que atuam positivamente em seu meio, respeitando-o e valorizando os diversos públicos que dele fazem parte.

1.3 - Shareholder e Stakeholder

Toda nossa sociedade, assim como cada um dos indivíduos são diretamente atingidos pelo modo como uma empresa age. Quanto maior é uma empresa, maior e mais longe serão os efeitos que refletirão sobre a sociedade em que está inserida, então toda empresa que tenha alguma consciência de responsabilidade social irá empenhar-se em minimizar os efeitos negativos e maximizar os efeitos positivos.

Para a sociedade atingida pela empresa existem dois conceitos na língua inglesa: stakeholder e constituency; o conceito de stakeholder evoluiu com a idéia de que uma empresa não tem obrigação somente com seus acionistas, mas sim com todo o meio em que esta inserida, como:

- Clientes
- Ecologistas
- “vizinhos”
- fornecedores
- concorrentes
- sindicatos
- associações
- autoridades e seus representantes
- representantes da vida política

Mesmo tratando-se stakeholders como sendo uma espécie de ambiente social da empresa, somente raras vezes ele é analisado como grupos de unidade única, quase sempre eles estão comprometidos com diferentes interesses subordinados, portanto tal análise deve se preocupar com os subgrupos individuais e suas esferas específicas de interesses políticos, sociais, econômicos, ecológicos e tecnológicos, bem como com os diferentes tipos de acionistas que possuem diferentes expectativas quanto à sua empresa.

Todos os stakeholders possuem interesses legítimos, porem estruturados diversamente nas atividades da empresa e com direito de que seus interesses sejam levados em consideração.

O leque de interesses começa com a política social, passa pela política de produtos e marketing, e vai à um comportamento eticamente responsável.

Em definição feita pelo Professor Alexandre Di Miceli da Silveira (FEA/USP), shareholders correspondem a grupos que podem afetar ou serem afetados, de modo significativo, pela empresa, incluindo os próprios acionistas. Enquanto stakeholders são todas as partes interessadas que devem estar de acordo com as práticas de governança corporativa executadas pela empresa. São elas: os empregados, clientes, fornecedores, credores, governos, entre outros, além dos acionistas. Para a organização, é importante estar informada sobre os interesses legítimos das partes interessadas. Dessa forma, poderá se preparar antecipadamente para tratar de possíveis demandas. Quaisquer compromissos da empresa, além dos estipulados em legislação, são voluntários.

No contexto empresarial às vezes esquece-se de um fato que não deixa de ter relativa importância: o setor primário da empresa, composto por acionistas e colaboradores, e também os clientes. Os acionistas estão interessados principalmente nos rendimentos dos juros do capital que foi aplicado; os colaboradores em segurança e qualidades melhores de trabalho; os clientes em produtos confiáveis e mais baratos. Os participantes secundários interessam-se nas questões ambientais, sociais, embora isso nem sempre seja de tanta importância à empresa.

A análise participativa (Stakeholder analysis) estabelece quais as pessoas, grupos, instituições e valores que são atingidos pela empresa. Através de uma pesquisa profissional dos interesses de seus participantes pode-se evitar que os riscos e lucros produzidos por uma ação sejam vistos exclusivamente do ponto de vista da empresa.

Esta pesquisa torna-se um componente lógico para se determinar profissionalmente o lugar da empresa. A medida de aceitação social do agir de uma empresa depende do cuidado da análise participativa que foi realizada, e as medidas em que foram tiradas as consequências para as atividades empresariais. Erros na identificação dos grupos levam as decisões com fundamentação insuficiente, trazendo consigo o risco de surpresas desagradáveis. Onde só são satisfeitos os interesses de um único participante surgirão atritos com os demais, na prática empresarial nem todos os participantes, nem todas as esferas são igualmente importantes na empresa.

1.3.1 Colaboradores

Colaboradores e empresa possuem uma relação totalmente interligada; a empresa precisa de seus funcionários para desempenhar as atividades e manter seu perfeito funcionamento, e os funcionários necessitam de segurança no trabalho, bem estar, e um salário justo para sua manutenção pessoal. A empresa precisa do seu colaborador de lealdade, disciplina e cuidado com o trabalho. É necessário encontrar um equilíbrio nessa relação empresa e colaborador, para que a empresa possa manter-se em concorrência no mercado e também oferecer condições melhores a seus empregados.

1.3.2 Acionistas

Os acionistas aplicam um capital na empresa, e, portanto são co-proprietários dela, esperando assim que haja uma remuneração do capital aplicado. O pagamento da parcela de juros aos acionistas que investiram na empresa é obrigação essencial de uma boa administração empresarial. Atualmente os acionistas não estão somente preocupados com o montante de dinheiro que lucrarão com seus investimentos, mas preocupam-se também com a estrutura de sua empresa, de como ela age e é vista pela sociedade. Investir em ações ecológicas e responsáveis faz parte da realidade das empresas, é necessário investir para que haja algum retorno. Prejuízos não são de bom grado para ninguém que invista em algo, todo acionista espera seu percentual de retorno. A empresa necessita de acionistas para sua sobrevivência, necessita de investimentos constantes, sem os lucros suficientes, e uma eficiência na aplicação dos recursos da empresa, esta não conseguira suprir os custos para sua sobrevivência, nem os gastos com remuneração aos acionistas, e tão pouco investir em ações socialmente repensáveis.

CAPÍTULO 2 – DO BALANÇO SOCIAL

2.1 Conceito e Origem do Balanço Social

Da mesma forma que no passado as demonstrações financeiras e o balanço patrimonial surgiram para atender as necessidades de informações dos acionistas que queriam analisar e decidir as estratégias e a melhor forma de aplicar o seu capital com menor risco, também agora os executivos precisam de informações relativas a responsabilidade social corporativa como elemento fundamental para a elaboração da estratégia da empresa. Do mesmo modo, a sociedade reivindica informações sobre o que as empresas estão fazendo pelo social. Desta maneira, para demonstrar sua responsabilidade e mensurar econômica e quantitativamente seu investimento no social, o balanço social é um dos instrumentos mais adequados.

Tinoco, (2001, pág. 27) menciona a respeito do surgimento da necessidade da publicação do balanço social:

A partir de década de 60 do século XX, os trabalhadores, especialmente na Europa e nos Estados Unidos da América, passaram a fazer exigências às organizações no sentido de obterem informações relativas à seu desempenho econômico e social, ampliando as informações que as organizações forneciam, incorporando as sociais (especialmente aquelas relativas ao emprego), tendo em vista a discussão da responsabilidade social, dando assim origem a implantação do Balanço Social, na França, a partir de 1977, que evidenciava basicamente os recursos humanos.

Ao passar das últimas décadas o balanço social foi evoluindo e ganhando mais adeptos, atualmente é um demonstrativo muito mais amplo que traz as informações da empresa direcionadas a questões sociais e ambientais.

Balanço Social é um documento assim como as demonstrações contábeis, publicado anualmente, agrupando uma gama de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção social e humana, direcionadas aos seus funcionários e para a comunidade onde está inserida. É um instrumento valioso, que mede o desempenho da responsabilidade e do investimento social que a empresa desenvolveu no último exercício, é um indicador de como a empresa é administrada. Por meio dele, a empresa mostra o que faz por seus empregados, dependente e pela população que recebe sua influência direta. É uma

maneira de evidenciar e tornar pública suas atividades, tendo em vista a melhoria da qualidade de vida das pessoas, construindo assim uma relação mais estreita entre empresa e sociedade.

Para Danziger (1983), “o balanço social é um documento importante, espelho da situação social na empresa, ele testemunha o clima que a rege. Plataforma de cooperação ou de reivindicação inaugura de maneira implícita nova era nos relatórios entre a direção e os assalariados”. Explicita ainda que seja necessário conceder ao balanço social a mesma consideração de que se beneficiam o balanço financeiro e o balanço fiscal.

Embora o Balanço Social tenha sua origem na contabilidade, não devemos considerá-lo um demonstrativo meramente contábil, mais do que isto, este documento deve ser considerado uma forma de explicitar a preocupação da empresa com o papel social que a mesma desenvolve. Constitui-se em um distintivo de qualidade para aqueles que o adotarem. Enfim, elaborar e publicar o balanço social é um sinal de novos tempos, mudança daquela antiga estrutura empresarial onde a máxima era alcançar lucro através de suas atividades, sem se preocupar com a extensão de seus atos. Atualmente a empresa que além de buscar seus lucros de forma digna, se preocupa com seu cunho social, ganha um diferencial a mais no mercado, mostrando uma postura digna e uma imagem sólida e responsável perante a sociedade.

Tinoco (2001, p. 30), explica que o balanço social é uma necessidade de gestão e resposta a uma demanda de informações e tem um duplo objetivo:

1. No plano legal, fornece um quadro de indicadores a um grupo social, que após ter sido apenas um simples fator de produção, encontra-se promovido como parceiro dos dirigentes da empresa.
2. No plano de funcionamento da empresa, serve de instrumento de pilotagem no mesmo título que os relatórios financeiros. Os trabalhadores encontram-se assim associados à elaboração e à execução de uma política que os liga ao principal dirigente.

O balanço social é um documento que favorece a todos que interagem com a empresa.

Aos executivos e dirigentes, oferece dados que levam a decisões mais coerentes a respeito de programas e políticas sociais que a empresa esteja ou venha a desenvolver: o balanço social é um instrumento de gestão.

Aos trabalhadores, que são parte essencial do processo produtivo, dá a possibilidade de que os mesmos se sintam mais informados sobre os benefícios que se estendem a eles e se estes programas atendem suas expectativas, também estimula a participação dos empregados em projetos desenvolvidos pela empresa. Os indicadores do balanço social também mostram a participação dos empregados nos lucros, proporcionando uma valorização dos empregados e maior envolvimento dos mesmos com a organização.

Aos fornecedores e investidores, informa a maneira como a empresa se interessa por sua responsabilidade social, seus recursos humanos, o que é um bom indicador no mercado atual. Antes de investir, os investidores e grandes acionistas procuram avaliar a imagem da empresa associada ao desempenho social e a abrangência de suas ações no mercado, governo e comunidade onde está inserida. Para os consumidores, dá uma idéia da mentalidade dos dirigentes da empresa, o que se associa a qualidade dos produtos e serviços oferecidos. Por último, ao Estado, ajuda na formulação de políticas públicas, oferece subsídios para normatizações legais que regulem uma relação de bem-estar entre empresas e comunidade. Finalmente, o balanço social estimula o controle social sobre o uso de incentivos fiscais.

Foi na década de 60, que a responsabilidade social corporativa ganhou força, se iniciando pelos Estados Unidos. Durante a guerra do Vietnã, a população iniciou um movimento de boicote a produtos e ações de empresas que de alguma maneira estavam envolvidas com aquele conflito armado.

Várias instituições, tais como: igrejas, universidades, fundações e organizações civis, passaram a denunciar as empresas que fabricavam armamentos e materiais destinados ao conflito. Tal situação provocou sério desgaste das empresas junto a população, que exigia nova postura ética, assim, as empresas norte americanas passaram a prestar contas de suas ações justificando seu objetivo social, com o intuito de melhorar a imagem com consumidores e acionistas. Porém a iniciativa de publicar o balanço social ocorreu em meados dos anos 70 na França.

Tiburcio e Freire (2002, p. 54), comentam sobre o pioneirismo Francês em elaborar o balanço social:

Se as empresas norte americanas foram as pioneiras em prestação de contas ao público, foi a França a primeira nação a tornar obrigatória a elaboração do balanço social das empresas. A partir dos anos 70, também como resultado das pressões sociais (movimento estudantil de 1968), as empresas francesas deram início a publicação de quadros com dados relativos à gestão do pessoal, às condições sociais, juntamente com as tradicionais demonstrações financeiras.

Pela lei francesa, desde 1977 é obrigatória a elaboração do balanço social das empresas com mais de 300 empregados (a Lei nº 77.769, de 12 de julho de 1977, incluiu as empresas com 750 ou mais empregados; em 1982 a obrigatoriedade passou a valer para aquelas com 300 ou mais empregados).

Depois desta iniciativa francesa, outros países europeus passaram a exigir de suas empresas a publicação do balanço social, dentre eles destacaram-se: Alemanha, Holanda, Bélgica, Espanha, Portugal e Inglaterra.

2.2 – Balanço Social Francês

A idéia do papel das empresas como agentes sociais importantes na França, nasceu em meados da década de 1960, quando associações profissionais recomendaram o estabelecimento de um balanço humano periódico para algumas empresas. A partir deste período foram realizados estudos e reflexões contínuas, que se estendem até os dias atuais.

O período que antecedeu o amadurecimento do balanço social na França foi marcado por mudanças políticas e sociais. O ano de 1968 foi marcado pela grande crise social e política, que culminou com o fracasso do projeto de reforma das instituições do general de Gaulle, e seu abandono da vida política. Mesmo com o conseqüente movimento de contestação da ordem estabelecida que nasceu da crise de maio de 1968, a prosperidade das instituições foram asseguradas pela presidência exercida por Georges Pompidou, época em que a França teve grande expansão econômica. Contudo, após a morte de Pompidou, no governo de V. G. d'Estaing, os franceses passaram novamente por grande crise econômica e social, que na realidade eram generalizadas no mundo em virtude da crise do petróleo. O aumento do desemprego e da inflação proporcionou a chegada da esquerda ao poder, através das eleições cantonais e municipais de 1976 e 1977, e posteriormente com a eleição de François Mitterrand para a presidência da França em 1981.

É natural que as leis francesas elaboradas neste período sofram influências dos anseios e dificuldades sociais vividas no período. Desta forma também aconteceu com a lei do

balanço social, que surgiu com o socialismo de Mitterrand para atender as exigências de uma sociedade em mudança.

Entretanto, foi logo após o Relatório do Comitê de Estudos para a Reforma da Empresa (Rapport du Comité d'Étude pour la Reforme de l'Entreprise), em 1975, coordenado por P. Sudreau que surgiu o balanço social francês. Segundo o relatório de Sudreau, as empresas demonstravam anualmente somente informações de suas atividades econômicas e financeiras de forma quantificada e precisa. No entanto, para que as empresas passassem a inserir em suas metas estratégicas a gestão social, o assunto deveria ser tratado de forma mais ampla e transparente, onde a publicação do balanço social foi recomendada com um instrumento que poderia mensurar e apresentar indicadores sobre a situação social e as condições de trabalho nos diferentes tipos de empresas, ou seja, indústria, comércio e serviço.

Tiburcio e Freire falam que “Em 1976, um projeto de lei sobre o balanço social foi preparado pelo governo francês após apreciação e debate entre os principais representantes e simpatizantes pelos temas sociais”. O texto final da Lei nº 77.769 foi promulgado em 12 de julho de 1977 definindo o campo de aplicação, forma de elaboração e sanções aplicáveis. Somente no dia 8 de dezembro de 1977 foram publicados no Jornal Oficial francês os principais ajustes da referida lei que tratavam de forma mais detalhada o campo de aplicação (empresas públicas e privadas); os tipos de empresas obrigadas a elaborar (aquelas com mais de 299 empregados); os controles e certificações das informações e os tipos de indicadores sociais.

Para Tinoco (2001, p. 37): “A lei francesa possui inegáveis méritos. Ela reconhece pela primeira vez de forma institucional a importância dos trabalhadores no seio da empresa, como usuário da informação contábil.”.

Conforme poderemos verificar nos anexos, o balanço social francês privilegia as relações entre o trabalhador e a empresa. Ele permite analisar a relação existente entre capital e trabalho, medindo a evolução da empresa nas questões relativas ao seu papel como célula social.

2.3 Balanço Social Português

Para falar do balanço social português, se faz necessário um breve comentário dos anos políticos que antecedem a sua instituição em lei.

A sociedade portuguesa foi gravemente prejudicada pela injustiça social que se instaurou no país durante a ditadura de quase 60 anos, iniciada com o governo militar de General Fragoso Carmona em 1928, e encerrado em fevereiro de 1986 quando Mário Soares, o primeiro civil a ocupar o cargo em 60 anos, foi eleito presidente.

Durante quase 40 anos, no período de 1932 a 1968, Antônio de Oliveira Salazar, foi chefe de governo como primeiro ministro de General Carmona. Salazar instituiu o Estado Novo, um regime político autoritário caracterizado por seu poder pessoal. Foi responsável pela construção de portos, estradas, escolas e hospitais. No entanto, durante seu governo as injustiças sociais se instauravam em Portugal, enquanto a zona urbana se desenvolvia, a zona rural ficava esquecida e seus habitantes começaram a migrar para os grandes centros em busca de melhores condições de vida.

Após vários anos a frente do governo do General Carmona, Salazar deixou a vida política em 1968, vítima de um acidente vascular cerebral. Foi substituído pelo Doutor Marcelo Caetano, um dos homens mais influentes da época. Caetano, quando assumiu a chefia do governo tentou instaurar um sistema de previdência social que se estendia aos moradores rurais como uma maneira de compensar as diferenças acentuadas durante décadas, porém, as idéias de Caetano não passaram de projetos.

O início dos anos 70 foi marcado por reivindicações das classes trabalhadoras e sindicatos por melhores salários e condições de trabalhos, enquanto na área rural a rejeição ao sistema estava amplamente difundida e a alta burguesia e as classes dirigentes do poder queriam e buscavam apenas manter seus interesses.

Com a Revolução dos Cravos em 1974, o governo foi derrubado pelo movimento das forças armadas. Nos primeiros meses da revolução foram dissolvidas às máquinas

administrativa e policial do regime anterior, bem como a socialização de boa parte da economia e ao mesmo tempo se encaminhava a independência das colônias portuguesas.

Em agosto de 1982, a Constituição portuguesa foi emendada a fim de suprimir o conselho da revolução, que formada em sua maioria por oficiais de esquerda, havia rejeitado uma proposta do Parlamento de aumentar os investimentos privados na economia portuguesa. As reformas de 1982 deram a Portugal uma configuração política mais democrática.

Nos anos 80, com a queda do regime militar em Portugal, conseqüentemente subiu ao poder civil do partido social, a economia foi ganhando mais autonomia gradualmente, o setor industrial também se desenvolveu muito nestes anos a partir da adesão portuguesa à União Européia. Surgiu então, em 1985, a lei do balanço social como conseqüência da evolução democrática no país.

Nesta data foi criada a lei nº141 com vigência a partir de 1986. Nela determinava a elaboração de um documento com informações de aspecto social das empresas que tenham 500 ou mais trabalhador, para as empresas publicas e participadas de acordo com o art. 7 da lei.

Após alterações feitas pelo decreto-lei nº 9/92 aos art. 1º, 2º e 4º da referida lei, o balanço social destacou mais as ações sociais da empresa destinada a melhoria de vida da comunidade.

Assim como na França, cópias do Balanço social português devem ser fixadas nos locais de trabalho junto com seu parecer. Multas podem variar conforme a gravidade de quem descumpre a lei.

O art. 3º determina que as empresas portuguesas devam remeter o balanço social á comissão de trabalhadores dentro do prazo estipulado pelo governo. Anualmente o Balanço Social é remetido ao Departamento de Estatística do Ministério do Emprego e Da Segurança Social, em seguida cópias são encaminhadas para as associações, sindicatos dos empregados e a inspeção geral do trabalho.

Mesmo o Balanço Social português ter sido espelhado no modelo Francês, o numero de indicadores e subindicadores é menor, contendo Cinco capítulos.

Capítulo Emprego

Este apresenta; A Faixa etária do pessoal, o total de pessoas a serviço em 31 de dezembro, o numero de pessoas com contrato permanente, movimento e motivo de saída, ausências no trabalho e motivos, numero de horas não trabalhadas e supostos motivos, tipos de contrato de trabalho, numero de trabalhadores deficientes, entre outros.

Capítulo Custo com Pessoal

Apresentam salários diretos, encargos legais, média do salário líquido, subsídios e prêmios irregulares, custos com a forma profissional, outros custos de caráter social e com pessoal.

Capítulo Higiene e Segurança

Mostram o número de dias de trabalho perdido, Estrutura dos acidentes de trabalho, número de dias de licença concedido, o numero de exames médicos efetuados, a quantidade de acidentes mortais, numero de acidentes de trabalho que ocorram durante o itinerário, numero de reuniões anuais de higiene e segurança, se há a formação e sensibilização em matérias de segurança, o valor dos custos com prevenção de doenças e acidentes profissionais.

Capítulo Formação Profissional

Ações de formação profissional, estendendo-se ao numero de ações internas, externas, participação interna e externa no total dos custos com formação, distribuição dos participantes nas ações de formação profissional segundo o nível de qualificação.

Proteção Social Complementar

Encargos com prestação social que são diretamente concedidos pela empresa, como os subsídios por doenças, pensões de invalidez ou velhice, complementos de outras prestações

de segurança social, prestações de ação social como apoio a infância e ao idoso, outras modalidades de apoio a grupos de saúde, educação, habitação, entre outros.

Os Indicadores e Sub-indicadores encontrados acima, relacionam as informações conforme os níveis hierárquicos e o número de homens e mulheres.

Como pode haver dados muito complexos, o sub-indicador, possibilita melhor detalhamento das informações.

Abaixo uma mostra dos níveis hierárquicos das empresas portuguesas:

- Dirigentes
- Quadros Superiores
- Quadros Médios
- Quadros Internos (Chefes de Equipes)
- Profissionais semi qualificados
- Profissionais não qualificados
- praticantes aprendizes

A falta de definição sobre Balanço Social e sua finalidade na lei 141/85, é visto como desvantagem, pois dificulta o entendimento e a divulgação da importância de sua elaboração, uma outra desvantagem é que a lei 141/85 não prevê a participação das empresas em projetos sociais voltados à sociedade ou ao meio ambiente.

Quanto às vantagens, citamos a atenção das empresas para a elaboração do Balanço Social em virtude do caráter obrigatório, sendo passivo de multa pelo não cumprimento da lei, ele permite uma boa visualização das práticas da relação capital, trabalho, e além de tudo, reverte o valor das multas para o fundo desemprego.

2.4 Balanço Social em outros países do exterior

Balanço Social Belga

Na Bélgica, como ocorre na Holanda, às informações sobre projetos em andamento, resultados obtidos, funcionamento da empresa, não são exclusivas apenas para uma minoria, a comunicação é recíproca entre patrão e funcionário é natural, uma vez que patrão é considerado como parceiro.

Daiziger (1983) relata a instituição em novembro de 1973 um Decreto Real que distingue a informação base: orçamento, informações, anual, posição sobre o mercado, calculo dos preços na revenda; e a informação ocasional: eventos importantes. Esse conjunto de informações deve ser comunicado ao comitê da empresa.

No documento, permite apontar pontos fortes e pontos fracos de um negócio, propõe um consenso sobre o sistema econômico e a finalidade da empresa.

Foi a partir do Decreto Real, que em 4 de Agosto de 1996, o Balanço Social foi instituído na Bélgica, a fim de atenuar as lacunas das médias estatísticas causada pela problemática no mercado de trabalho.

Instrumento eficaz para analisar o emprego em todos os aspectos (econômico e social) ele é obrigatório a todas as empresas.

O Balanço Social Belga possui duas versões; O esquema completo e o esquema abrangente. Ele pode variar conforme a necessidade da empresa.

Segundo o Decreto Real, o esquema completo está dividido em quatro categorias de informações:

- Informação do Volume e do Emprego: Número médio de empregados no exercício, número de empregados por sexo, por categoria profissional, por tipo de contrato, seja por tempo determinado ou indeterminado, entre outros.

- Informações Referentes à Movimentação do Trabalhador no Exercício: Entradas e saídas de funcionários por tipo de contrato, grau de escolaridade, sexo ou idade.

- Informações Referentes à Criação e Manutenção de Empregos: Contratação de estagiários, acordos coletivos, implantação de cursos para capacitação profissional, contratação de jovens.

- Informações Relativas à formação dos Empregados: Quantidade de iniciativas para a formação dos trabalhadores proporcionados pela empresa.

A relação entre empregado e empregador é um ponto considerado vantagem, já que mantém relação de parceria, informações econômicas, junto a social em um único documento é regulamentada pela lei do Balanço Social Belga, exemplo; o número de fatores a favor do emprego quanto a seus benefícios.

A desvantagem é que indicadores econômicos e sociais são fornecidos a um numero muito reduzido no Balanço.

Balanço Social na Alemanha

Embora não existam textos legais referente ao Balanço Social, é de própria iniciativa que algumas empresas alemãs elaboram os relatórios. Com o auxílio de professores universitários, institutos de pesquisas, banqueiros, entre outros é que alguns empresários alemães têm tomado posições avançadas sobre o assunto, pois a identificação social a ecologia e as condições de trabalho são indicadores importantes dos relatórios alemães.

Certas empresas mantêm o Balanço Social estruturado da seguinte forma:

- Relações internas com o pessoal, distribuição de lucros e de dividendos pelos acionistas;

- Relações externas, que inclui gastos com desenvolvimento e investigação, relações com a comunidade e investimentos sociais.

Os sindicatos operários contribuem para que associados saibam utilizar as informações expostas, elaborando relatórios que além dos dados sociais e os indicadores econômicos e financeiros, procuram reunir informações provisionais.

Balanço Social nos Estados Unidos

Nos Estados Unidos, as questões sobre responsabilidade social deram lugar ao debate.

O auge do capitalismo fez com que a população repudiasse as políticas adotadas no país quanto às tomadas nas empresas.

A partir do movimento que teve influência as organizações caritativas, as igrejas e profissionais formados de opinião é que surgiram os primeiros relatórios socioeconômicos que tinham por escrever as relações sociais na empresa.

Atualmente, itens como o comportamento a respeito da poluição, a participação em obras culturais, ou a contribuição da empresa aos transportes coletivos na cidade, são considerados inerentes á responsabilidade da empresa. É uma abordagem de caráter ambiental.

Os relatórios americanos têm como destinatários os usuários externos de informação, bem mais que os assalariados.

Balanço Social na Espanha

Na Espanha também não existe obrigação legal de elaborar e publicar o Balanço Social. Entretanto, empresas o fazem por conhecerem a importância de a entidade ser o mais transparente possível, não só para outros investidores ou aos próprios acionistas, ao Estado, compreendem a importância que tem aos sindicatos e até mesmo para os funcionários.

Documento amplamente claro do que ocorre na empresa, cobre basicamente toda a atividade do banco, relatando maiores informações.

O presidente do Banco BBVA (Banco de Bilbao Viscauya e Argentaria), comenta sobre o Balanço Social do seu banco:

Um Balance Social es una muestra de la responsabilidad empresarial y la afirmación neta que ésta no se entiende como algo absolutamente desligado de la dimensión ética. La responsabilidad es el nombre concreto dela libertad; responde aquel que sabe há actuado librement. Pero la responsabilidad de qualquer empresa tiene siempre âmbito amplio: la sociedad.

O banco relaciona a matéria social à econômica, destacando a contabilidade social onde explica o valor adicionado e a contabilidade de excedentes e as informações relativas a seu pessoal.

Balanço Social na Grã-Bretanha

Na Grã-Bretanha a influência dos professores, pesquisadores e grupos independentes foram importantes para pressionar as entidades a divulgar informações socioeconômicas mais amplas do que realmente continha em seus relatórios.

Tais movimentos foram validos em partes, pois mesmo sem obrigatoriedades legais, várias empresas reconheceram a necessidade de fornecer informações aos seus usuários, entre eles, os trabalhadores.

Segundo Dainziger (1983), não existe um balanço para acionistas e um balanço para o pessoal.

A informação é um bem comum, indicadores para julgar a situação econômica e apreciar as ações sociais, são reunidos em um único documento chamado Balanço Social.

2.5 Balanço Social no Brasil

Na década de 60, deu-se inicio a discussões sobre ética e responsabilidade social das empresas no Brasil, com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas – ADCE, baseando-se na idéia de que a empresa não só deve produzir bens e serviços como também, esta possui uma função social com seus colaboradores e o bem-estar da comunidade em que se instala.

No Brasil tem-se desde 1977 a RAIS – Relatório Anual de Informações Sociais, um modelo menos específico e expressivo de relatório social quando comparado ao Balanço Social francês. A RAIS foi instituída pelo Decreto-Lei 76.900/1975, criado no governo Geisel, sendo obrigatório a todas as empresas atuantes no país a partir de 1977.

A RAIS é um relatório que demonstra os aspectos sociais e de recursos humanos da empresa, destinada a gerar informações das entidades governamentais da área social; Se comparada ao modelo de Balanço Social francês a RAIS é mais antiga, porém não contém as informações de maneiras quantitativas e qualitativas apresentadas no Balanço Social, portanto esses dois relatórios não exercem a mesma função, uma vez que sua principal diferença é que a RAIS não é apresentada a toda sociedade assim como o Balanço Social como ressaltado por Santos, Freire e Malo (1998, p. 6):

Nas últimas três décadas, o Brasil vivenciou o que pode ser considerado conservadorismo político e social, combinado com abertura política e liberalismo econômico. A obrigatoriedade, instituída através de Decreto-Lei, em pleno regime militar, da apresentação pelas empresas sediadas no Brasil da RAIS, foi bastante insipiente, principalmente quando se compara com o modelo francês. De qualquer forma, deve-se salientar que, legalmente, foi uma das principais iniciativas que se tem conhecimento. Também deve ser destacado que os indicadores sociais produzidos através da utilização das informações advindas da RAIS são bastante limitados, e, pior, não são disponibilizados para os empregados das entidades ou suas associações de classe. A RAIS passará a ser uma verdadeira fonte de informações sociais, para os trabalhadores e a sociedade em geral, somente a partir do momento em que for elaborado de forma que todos possam acessá-la.

Mesmo que seja obrigatória para as empresas a apresentação de informações de seus funcionários por meio da RAIS, tais informações destinam-se ao Ministério do Trabalho e Emprego para suprir as necessidades de controle e estatísticas das entidades governamentais na área social, com relação ao cumprimento da legislação relativa aos programas de PIS – Programa de Integração Social, PASEP – Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público, FGTS – Fundo de Garantia por tempo de Serviço, e INSS – Instituto Nacional de Seguridade Social, não sendo nada divulgado à sociedade.

A RAIS contém apenas informações das empresas ou pessoas que mantiveram algum assalariado por qualquer período de tempo no decorrer do ano da declaração a ser

apresentada; a empresa que não possuiu empregado ou manteve-se inativa também está obrigada à apresentação da RAIS.

Tanto o Balanço Social, como a RAIS limita-se a prestar informações de caráter social sobre recursos humanos, o que os diferencia é que o Balanço Social tem como característica sua divulgação a toda sociedade, possuindo então caráter social, se a RAIS se tornar um relatório de domínio público também apresentará tal característica.

De acordo com Torres, o primeiro relatório de caráter social de uma empresa brasileira, publicado voluntariamente, foi o da Nitrofertil, em 1984, tal relatório recebeu o nome de Balanço Social, a empresa estatal localizada na Bahia tentava dar publicidade às ações sociais realizadas por ela no período. Também em meados da década de 80 foi publicado um relatório de ações sociais do sistema Telebrás, e em 1993 o Banco do Estado de São Paulo – BANESPA publicou um relatório completo, denominado.

Balanço Social do Banespa, a partir de então empresas de diversos setores passaram a publicar relatórios com características mais sociais, tornando o Balanço Social uma realidade comum para as empresas.

Para Torres (2001, p. 28-29), esse foi um importante período de consolidação da mudança da mentalidade de parcela expressiva do empresariado nacional, em que a visão de um capitalismo de cunho mais social, que busca maior negociação com amplas parcelas dos trabalhadores, está cada vez mais atenta aos problemas ambientais e sociais; e tem, de maneira crescente, levado em consideração a questão da ética e da responsabilidade social e ambiental na hora de tomar decisões.

Porém, a partir de 1997 que o Balanço Social tomou seu lugar na mídia e começou a ser debatido e a gerar resultados, organizações começaram a estudar e trabalhar com o tema Balanço Social promovendo, então, seminários, palestras e cursos sobre responsabilidade social, ética empresarial e balanço social.

O Jornal Folha de São Paulo publicou um artigo do sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, em 26 de março de 1997, chamado “Empresa pública e Cidadã” que marcou e originou a discussão da adoção do Balanço Social no Brasil.

Os diversos artigos e eventos gerados desde então motivou a apresentação do Projeto de Lei 3.116/97, de 14 de maio de 1997, que criava a obrigatoriedade de criação de Balanço Social e sua publicação anual do relatório pelas empresas privadas que tivessem cem empregados ou mais, e pelas empresas públicas, sociedade de economia mista, empresas permissionárias e concessionárias de serviços públicos, em toda administração pública independentemente do número de empregados, tal projeto de Lei foi arquivado em 01 de fevereiro de 1998.

No dia 16 de junho de 1997, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE, com a coordenação de Betinho, lançou uma campanha para divulgação do Balanço Social anual que teve o apoio de diversas organizações, como a Comissão de Valores Mobiliários – C.V.M., o Jornal Gazeta Mercantil, entre outros.

Alguns projetos sobre balanço social e responsabilidade social foram apresentados em vários municípios brasileiros, foi então aprovado o Projeto 39/97 em 23 de outubro de 1998, criando o ‘Dia e o Selo Empresa Cidadã do Município de São Paulo’, transformado em Resolução 05/98 estabelecendo o dia 25 de outubro como o “Dia da Empresa Cidadã”, e também criando um selo/certificado para as empresas que apresentarem qualidade no seu balanço social anual publicado.

O Balanço Social ainda não é um instrumento muito utilizado pelas empresas brasileiras, embora a quantidade de elaborações do mesmo cresça a cada ano, todas as publicações ocorrem de forma voluntária e os motivos são diversos. Segundo Torres, a publicação de balanço social pelas empresas brasileiras trata-se de uma conjunção de interesse, vontade e necessidade do meio empresarial.

2.6 Modelo IBASE de Balanço Social

Ainda não existe um modelo padronizado para apresentação do balanço social. Algumas empresas que vêm apresentando tal relatório o fazem com base no modelo do IBASE ou próximo a este.

A respeito o professor Eliseu Martins² se posiciona da seguinte maneira:

As empresas, o mercado e a comunidade devem definir a evolução e o amadurecimento desta forma de comunicação sem imposições legais e sem ingressar este balanço com um padrão que, não necessariamente, é o mais adequado para todas as empresas.

Souza (1997), também defendia que não haver um modelo padrão ou uma obrigatoriedade era a solução ideal para a manifestação espontânea das empresas, porém entendia que a regulamentação de um modelo seria a legitimidade institucional do balanço social.

Sucupira defendia posição contrária a estes:

[...] se a forma de apresentação de informações for inteiramente livre, como tem sido a prática, torna-se difícil uma avaliação adequada da função social da empresa, já que ela tende a informar apenas o que lhe parece conveniente, geralmente, sem dimensionar valores de gastos. Dessa forma, o balanço social confunde-se com uma peça de marketing.

Visando que tal padronização seria o melhor a ser feito, para que se conseguissem os objetivos das comparações desejadas, o IBASE juntamente com diversos pesquisadores de instituições públicas e privadas, criou no primeiro semestre de 1997 um modelo de balanço social apoiado pela C.V.M.. Sobre esse modelo padrão de balanço social se pronuncia Torres:

Este modelo tem quatro particularidades que valem a pena serem destacadas:

- foi criado com base na iniciativa de uma ONG, que cobra transparência e efetividade nas ações sociais e ambientais da empresa;
- separa as ações e os benefícios obrigatórios, dos realizados de forma voluntária pelas empresas;
- é basicamente quantitativo, e

² ELISEU quer balanço social sem imposições legais. São Paulo: SAI & CIA, nº421, p.3,09 nov.1998.

- se for corretamente preenchido, pode permitir a comparação entre diferentes empresas e uma avaliação de uma mesma corporação, ao longo dos anos.’

Modelo de Balanço Social do IBASE e instruções de preenchimento:

Tal modelo de balanço social, proposto pelo IBASE, é dividido em sete grandes grupos.

O grupo um é denominado base de cálculo, apresentam dados sobre a receita, resultado operacional e folha de pagamento.

O grupo dois é um indicador social interno, apresenta dentre suas informações os gastos com alimentação, educação, capacitação e saúde relacionados aos empregados.

O grupo três é um indicador social externo, apresenta os gastos da empresa com a comunidade e os tributos que esta recolhe.

O grupo quatro é o indicador ambiental, apresenta os gastos com despoluição, educação ambiental seja com seus empregados, ou com a sociedade em geral.

O grupo cinco é um indicador do corpo funcional da empresa, apresentam informações sobre o quadro de empregados das empresas, como número de admissões, mulheres, negros ou pessoas portadoras de algum tipo de deficiência física.

O grupo seis é um indicador da realização de cidadania exercida pela empresa, apresentando o número de acidentes de trabalhos ocorridos, os padrões de segurança da empresa, as condições de salubridade em que se encontra.

O grupo sete é definido pela empresa, onde esta apresentará mais informações que julgar necessário.

Este modelo de balanço social não apresenta nenhuma informação sobre valor adicionado, ele não demonstra como a empresa obteve riqueza e como esta distribuiu entre seus participantes.

A denominação balanço social é questionada pelo fato de não ser propriamente um balanço, no sentido contábil que a palavra representa. Não há a demonstração de um ativo e um passivo, abrangendo como ocorreram as aplicações e as origens dos recursos da empresa assim como o balanço convencional.

O balanço social apresenta os gastos e as contribuições realizados por uma instituição na sociedade em que esta está inserida, é um relatório que demonstra o numero de ações ecologicamente corretas e socialmente responsáveis que uma empresa realizou, o modelo padrão com sua simplicidade é uma vantagem às empresas para que possam publicar seu balanço social de uma maneira clara e objetiva e obter meios de comparações com demais empresas e com anos anteriores de uma mesma instituição.

CAPITULO 3 - DO VALOR ADICIONADO

3.1 Valor Adicionado

No desenvolvimento das atividades empresariais, ocorre o consumo de recursos e em contrapartida acontece a geração de produtos e serviços. Existe nesta relação a geração de riqueza ou a agregação de valores, sempre que o valor econômico do bem ou serviço produzido, for maior do que o valor dos recursos consumidos para sua geração.

A mensuração do valor que a atividade produtiva agrega aos insumos adquiridos, é denominado valor adicionado e apesar de ter seu conceito desenvolvido primeiramente na economia, vem atualmente sendo bem utilizada na contabilidade.

3.2 Conceito Econômico de Valor Adicionado

Economicamente o Valor Adicionado está ligado ao cálculo e avaliação do Produto Nacional. O Produto Nacional, para Rosseti (1995, p. 519), é: “a medida, em unidades monetárias, do fluxo total de bens e serviços finais produzidos pelo sistema econômico em determinado período”.

Uma das preocupações que existem em relação ao cálculo do Produto Nacional, é de se evitar que haja contagem múltipla ou dupla contagem, ou seja, que um produto ou serviço seja incluso mais de uma vez no mesmo cálculo, já que alguns produtos são usados na produção de outros produtos ou serviços.

Para evitar a contagem múltipla, são considerados para a medição do Produto Nacional, apenas os valores dos bens e serviços que sejam produzidos para consumo final, e não os produtos utilizados durante o processo produtivo. Materiais, produtos e serviços intermediários são aqueles que se incorporam ao produto ou desaparecem durante o processo produtivo ou prestação dos serviços (matéria-prima, energia elétrica, por exemplo), já os produtos e serviços considerados de consumo final, são aqueles que ao serem comprados, não serão mais revendidos e sim utilizados para consumo e satisfação das necessidades humanas.

Para sanar o problema da dupla contagem no Produto Nacional, os estatísticos e matemáticos utilizam o conceito de valor adicionado, somando somente a riqueza agregada por cada entidade econômica, considerando em cada etapa produtiva, apenas o valor acrescido aos bens intermediários utilizados.

O conceito de valor adicionado apresentado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE ressalta bem este contexto:

É o valor que a atividade acrescenta aos bens e serviços consumidos no seu processo produtivo. É a contribuição ao Produto Interno Bruto pelas diversas atividades econômicas, obtida através da diferença entre o valor de produção e o consumo absorvido por essas atividades.

Podemos observar que o Produto Nacional é o somatório do valor adicionado de cada entidade. O valor adicionado é o instrumento de medida desta criação de valor, podendo mensurar e demonstrar quantitativamente o esforço produtivo e desenvolvimento econômico das entidades e de uma nação.

Constata-se, então, que o valor adicionado conceituado pela abordagem econômica, é utilizado para mensurar o Produto Nacional e as atividades econômicas de um país, constitui uma visão macroeconômica e considera a produção corrente de todo o sistema num determinado período.

3.3 – Conceito Contábil de Valor Adicionado

O valor adicionado ou valor agregado, considerando-se a visão contábil, leva em consideração a venda total de uma empresa num determinado período, diferentemente da visão econômica, que considera a produção total independente da mercadoria ter sido vendida ou não.

Tinoco (1997, p. 8) conceituou o valor adicionado contábil como a riqueza que a empresa agrega para a sociedade. Esclarece que o valor adicionado é a diferença entre o valor das vendas e o valor das compras de matérias primas e materiais intermediários. Comenta ainda, a respeito do significado disso para a sociedade:

[...] para exercer sua atividade toda empresa deve procurar no mercado bens e serviços. Ela utiliza os equipamentos, seus capitais, o trabalho de seus assalariados para realizar outros bens e serviços, que por seu lado serão vendidos. A empresa se coloca, pois entre dois mercados e agrega valor pela operação de transformação, via simples distribuição que ela opera.

Para Belkaoui (1998, p. 1):

O valor adicionado se refere ao incremento da riqueza gerada pelo uso produtivo dos recursos das firmas antes da sua alocação entre os acionistas, credores, trabalhadores, e o governo. Assim, enquanto o lucro é o retorno final ganho pelos acionistas, o valor adicionado se refere ao retorno total ganho pelos trabalhadores, provedores de capital, e o governo.

Desta maneira, podemos afirmar que o valor adicionado ajuda a avaliar quantitativamente se a atividade empresarial está agregando valores e ainda, para quem e de que maneira este valor que foi agregado pela atividade produtiva está sendo distribuído. Percebemos através do conceito de valor adicionado que, além dos acionistas, outros grupos ou entidades também são “remunerados” pelo acréscimo de riqueza que a empresa produz.

Essa característica do valor adicionado como medida de avaliação do desempenho da empresa também é abordada por Rodríguez (pág. 38):

O valor adicionado (...), vem sendo considerado pelos analistas um dos critérios que melhor indicam a medida da eficácia da gestão empresarial, superior àquele do lucro, valor misto, integrado que é por aquela parte que vai para os acionistas e a outra retida na empresa, tudo isso dentro da concepção moderna de que a missão da empresa representa um papel econômico e social.

Ribeiro e Lisboa (1999, p.19-20), explica de forma clara o cálculo do valor adicionado, partindo das receitas de vendas até chegar ao total de recursos distribuídos. O resultado alcançado com a receita das vendas, deduzido dos custos com materiais, recursos e insumos adquiridos de terceiros consumidos no processo produtivo, representam a riqueza agregada pela empresa no período. As deduções sobre a receita de vendas correspondem as matérias primas, energia elétrica, produtos para revendas ou qualquer outro produto ou serviço que tenha sido utilizado na transformação e fabricação do produto final. Enfim, o valor obtido através da subtração destes custos, diminuindo o valor da receita, é o valor adicionado bruto.

Durante o desempenho corriqueiro da organização, sabemos que as máquinas, os equipamentos e as instalações utilizadas nas suas atividades sofrem depreciações. Estas despesas são também redutoras do valor adicionado bruto, chegando assim ao valor adicionado líquido.

Este último, ainda sofre alterações. Será acrescido de receitas com aluguéis, participações acionárias e receitas financeiras, ou seja, ganhos que a empresa recebe de terceiros e que não representam sacrifícios operacionais. Assim chegamos ao total de recursos realmente agregados pela empresa.

São vários os segmentos que se beneficiam destes recursos produzidos pelas empresas, podemos citar os empregados, que recebem salários e outros benefícios em troca da força de trabalho cedida à empresa; os acionistas, que recebem lucros em contraprestação ao capital aplicado na atividade da empresa; os financiadores externos, que recebem os pagamentos de suas dívidas; o Estado, que recebe os tributos e impostos que depois serão investidos em ações sociais e governamentais; ou ainda, a própria empresa, quando retém seus lucros para reinvesti-lo na própria atividade.

Haller (p. 24-25) diz que “Independente da abordagem utilizada, tanto a econômica, quanto a contábil, o valor adicionado pode ser calculado de duas maneiras: pelo método subtrativo e pelo método aditivo”.

O método subtrativo expressa o valor adicionado aos produtos e serviços adquiridos de outras empresas por meio de suas próprias atividades produtivas, conforme demonstrado:

$$VA = S - E$$

Onde,

VA = Valor Adicionado

S = Saídas

E = Entradas

Como a riqueza do valor adicionado é agregada em cada processo produtivo, podemos também utilizar o método aditivo para calculá-lo, que representa o somatório das partes distribuídas da riqueza gerada, representando, em princípio, a remuneração dos fatores de produção que participaram da criação da riqueza:

$$\mathbf{VA = RE + RG + RCP + NAP}$$

Onde,

VA = Valor Adicionado

RE = Remuneração dos Empregados

RG = Remuneração do Governo

RCP = Remuneração do Capital de Provedores

NAP = Lucros não apropriados (retidos na empresa)

Estes dois métodos evidenciam as duas características informativas do valor adicionado, tanto o desempenho da entidade, como a parte social.

No método subtrativo, podemos perceber o desempenho e a capacidade que a empresa tem em gerar e agregar riqueza através de sua atividade produtiva.

No método aditivo, constata-se a divisão social da riqueza produzida pela empresa, ou seja, conseguimos enxergar para onde, em que proporção e como o valor agregado pela organização é distribuído.

A contabilidade põe a disposição de seus usuários um demonstrativo financeiro que mostrará a distribuição desta riqueza gerada pela empresa, é a Demonstração do Valor Adicionado, que evidencia a proporção em que esta riqueza foi distribuída para os agentes que de alguma forma ajudaram a gerá-la.

3.4 - Demonstração do Valor Adicionado

A Demonstração do Valor Adicionado (DVA) é uma das peças que auxiliam e formam o balanço social, porém em muitos casos percebemos sua apresentação dissociada do mesmo e em conjunto com as demais demonstrações contábeis usuais.

Para De Luca (1998, p. 28):

A Demonstração do Valor Adicionado (DVA) é um conjunto de informações de natureza econômica. É um relatório contábil que visa demonstrar o valor da riqueza gerada pela empresa e a distribuição para os elementos que contribuíram para sua geração.

Fazendo uma relação com o conceito de valor adicionado utilizado pelo segmento econômico, Kroetz* (pág. 41) comenta:

Por meio da Demonstração do Valor Adicionado é possível perceber a contribuição econômica da entidade para cada segmento com a qual ela se relaciona, constituindo-se no Produto Interno Bruto (PIB), produzido pela organização. Ou seja, a demonstração do valor agregado evidencia a riqueza que foi gerada individualmente por aquela entidade.

E ainda, dentro da mesma visão, Santos e Lustosa(pág. 42), avaliam:

A distribuição do valor adicionado equivale ao conceito macroeconômico de Renda Nacional. A transformação de recursos intermediários em produtos e serviços finais só é possível pelo emprego dos fatores de produção (trabalho, capital, governo, empresa). Em termos gerais, a remuneração destes fatores (salário, juro, aluguel, imposto e lucro) pelas empresas constitui a renda em poder da sociedade, que retorna às empresas tanto na aquisição de seus produtos e serviços como sob a forma de novos financiamentos, reiniciando o ciclo econômico.

A DVA trata-se, pois, de um demonstrativo contábil, que evidencia aos interessados pelas informações, os benefícios que a empresa produz e agrega a sociedade, através da

absorção da mão de obra e outros recursos capitados nesta mesma sociedade onde está inserida. Além de demonstrar a contribuição que a entidade tem para a evolução de determinado segmento e economia.

E não é só isso. A Demonstração do Valor Adicionado, além da riqueza gerada pela atividade operacional, também permite a visualização daquela riqueza recebida em transferência, ou seja, os resultados não-decorrentes das atividades-fim, tais como: ganhos ou perdas na baixa de imobilizado, investimentos e outros, apresentando, ainda, um mapeamento da divisão desta riqueza entre seus beneficiários: empregados, governo, financiadores externos, acionistas, sócios e a própria empresa.

Alguns autores não reconhecem a DVA, como um relatório de informações sociais satisfatório, Freire e Rebouças (p. 42) comentam: “A DVA pode ser um importante componente contábil do balanço social, mas apresentam informações que estão muito aquém daquelas que seriam necessárias para seu reconhecimento como balanço social”.

É verdade que as informações prestadas na DVA estão aquém daquelas apresentadas no balanço social, porém, a mesma não pode ser tratada e nem confundida com o próprio, e sim, ser apenas uma peça que componha o balanço social, como é destacado por Santos (1999, p. 98):

A Demonstração do Valor Adicionado, componente importantíssimo do balanço social, deve ser entendida como a forma mais competente criada pela contabilidade para auxiliar na medição e demonstração da capacidade de geração, bem como de distribuição, da riqueza de uma entidade.

É fácil de perceber, que uma empresa normalmente cria riquezas muito maiores do que seu lucro, que é apenas uma parte desta riqueza distribuída aos sócios e acionistas. O lucro obtido em um determinado período e distribuído aos sócios é demonstrado através da Demonstração do Resultado do Exercício – DRE. Para Iudícibus, Martins e Gelbecke (2000, p. 90): “A Demonstração do Resultado do Exercício é a representação, em forma resumida, das operações realizadas pela empresa, durante o exercício social, demonstradas de forma a destacar o resultado líquido do exercício”.

Entretanto, esta demonstração não abrange as informações pertinentes aos agentes econômicos que contribuíram para a geração desta riqueza durante o processo produtivo, contempla apenas a evidenciação do lucro que pertence aos proprietários.

Santos (1999, p. 20), discorrendo sobre a visão particular do lucro na Demonstração do Resultado do Exercício, conclui:

Nesse aspecto, a Demonstração do Valor Adicionado – DVA é muito mais abrangente, pois não está exclusivamente voltada para a apuração do resultado, porquanto considera outros fatores de produção e aponta suas respectivas remunerações. São componentes dessa demonstração, além da informação relativa à riqueza gerada pela empresa, a forma com que essa riqueza é distribuída através de impostos pagos ao governo, juros e aluguéis destinados a financiadores externos, remunerações pagas aos trabalhadores e lucros e dividendos (ou juros sobre o capital próprio, como previsto na legislação brasileira) atribuídos aos proprietários, sócios e acionistas.

Entretanto, a DRE e a DVA, são demonstrações contábeis que se completam, tratando inclusive dos mesmos itens, mas através de um enfoque diferente. Enquanto a DRE, trata os juros, salários e impostos como despesas que acabam diminuindo o seu lucro, a DVA mostra que estes valores são apenas as parcelas da riqueza gerada pela empresa distribuída entre seus diferentes beneficiários.

A Demonstração do Valor Adicionado representa uma nova tendência das demonstrações contábeis mais modernas, diferentemente das demonstrações mais usuais que buscam evidenciar e mensurar para os sócios e acionistas informações sobre lucro e sua forma de apuração, a DVA além do lucro dos investidores, mostra a quem pertence a outra parte da riqueza agregada pela atividade da empresa, refletindo, ainda, uma nova preocupação empresarial, baseada na responsabilidade social corporativa, onde a organização é tratada como um agente social importante e influente na sociedade onde atua e está inserida.

Do mesmo jeito que no passado, os investidores necessitavam de informações econômicas para tomarem as decisões corretas e assim surgiram às demonstrações contábeis atuais, nos dias atuais surgem demonstrativos como a Demonstração de Valor Adicionado; com um teor econômico, financeiro e social, devido às novas tendências e necessidades das organizações, comunidades, governos, clientes e sociedade. Tendências que exigem das empresas um estreitamento entre a busca pelo lucro, a ética e a preocupação social.

Ainda no campo das análises macroeconômicas, a DVA tem diversas aplicações e utilidades, dentre as quais cabe destacar:

- cálculo do PIB – uma grande parte dos agentes econômicos, as empresas, pode calcular seu valor adicionado e apresentá-lo por meio da DVA, o que facilitaria, em muito, no cálculo e análise do PIB;

- análise de investimentos, concessões de financiamentos e subsídios governamentais – a contribuição da empresa, tanto à sociedade em geral quanto à comunidade em que está inserida, pode ser verificada por meio de: montante de pagamentos de impostos ao governo, volume de distribuição de empregos, dentre outros, principalmente para estudos de viabilidade econômica de projetos de instalação de empresas em regiões, liberação de financiamentos e benefícios governamentais;

- avaliação de projetos de instalação de empresas transnacionais – o investidor estrangeiro, para se estabelecer, oferece capital, Know-how e estrutura que propiciam desenvolvimento econômico para o país. Em contrapartida, o país oferece acesso a seu mercado interno, seus recursos naturais, benefícios fiscais, dentre outros. Os resultados dessa relação podem ser avaliados por meio da DVA.

Dessa forma, através do cálculo da DVA, torna-se possível avaliar a contribuição de cada empresa para o desenvolvimento da economia e da sociedade, e ainda, sua capacidade de gerar riqueza e como esta é distribuída.

3.5 - A DVA no Exterior

A Demonstração do Valor Adicionado surgiu na Europa, há alguns anos atrás. Seu desenvolvimento foi alavancado nos países europeus devido a necessidade de aplicar impostos e tributos sobre o valor agregado pelas empresas. No final dos anos 70 a popularidade do DVA cresceu muito no Reino Unido, com a publicação do Corporate Report pelo Accounting Standards Steering Committee, atualmente Accounting Committee, em agosto de 1975 (BELKAOU, 1998, p. 4). Este relatório recomendava a elaboração da DVA

para evidenciar como os benefícios e esforços da empresa eram divididos entre investidores, funcionários, Estado e reinvestimentos. A justificativa para sua recomendação foi a seguinte:

A mais simples e imediata maneira de colocar o lucro dentro de uma perspectiva apropriada, frente a frente à empresa entendida como um esforço coletivo do capital, administração e empregados é pela apresentação da demonstração do valor adicionado. O valor adicionado (isto é, resultado de vendas menos materiais e serviços comprados) é a riqueza que a empresa foi capaz de criar pelos esforços de seus proprietários e seus empregados. Essa demonstração revelaria como o valor adicionado está sendo usado para pagar contribuições concedidas para sua criação [...]

As recomendações contidas neste relatório foram bem aceitas e no ano de 1977 o legislativo do Reino Unido propôs a elaboração do DVA. Assim este demonstrativo se juntou ao balanço patrimonial, à demonstração de resultados e as demais demonstrações contábeis.

A partir deste momento, foi grande o número de empresas que aderiram à publicação da demonstração do valor adicionado. Em 1980 uma pesquisa relatou que mais de 1/5 das grandes companhias do Reino Unido divulgavam a DVA (S.J.1998 p. 5). Esse aumento também aconteceu devido às reivindicações das associações de trabalhadores por um maior número de relatórios, vendo neles uma importante fonte de informações e base para determinar salários e remunerações. Conforme Glautier e Underdow (1986 p. 468):

Algumas companhias estão introduzindo conceitos de valor agregado no esquema de incentivos a salários à medida que melhore a produtividade. O primeiro passo é harmonizar uma meta para relacionar salários e valor agregado por um quociente. Se o desempenho exceder essa porcentagem um bônus será pago, mas se o desempenho ficar abaixo dessa expectativa, não haverá bônus e o déficit será transferido para reduzir os bônus futuros.

Como a DVA evidencia a riqueza agregada pela empresa e a maneira que este valor foi dividido entre os que colaboraram com a sua criação, tornou-se grande sua importância para os trabalhadores, que passaram a mensurar seus aumentos de remunerações com base na capacidade da empresa gerar riqueza ou não.

Foi durante a década de 70, que a DVA ganhou corpo e os acadêmicos e institutos contábeis da Europa consideraram-na uma das ferramentas centrais para a divulgação de informações tidas como relevantes para a sociedade. Estes órgãos então, passaram a se preocupar com os objetivos, formas e maneiras de elaborar e apresentar a DVA.

Haller e Stolowy (pág. 48) discorrendo sobre o crescimento da demonstração do valor adicionado na Europa, realizaram um estudo comparativo sobre a DVA na França e na Alemanha, nos relatórios anuais de grupos empresariais, e, embora tenham concluído que o conceito de valor adicionado é praticamente o mesmo nos dois países, existem várias diferenças, principalmente quanto à sua divulgação.

Na França, apesar da utilização de conceitos de valor adicionado com ferramenta para análise das demonstrações contábeis, não existe uma demonstração de valor adicionado propriamente dita, e a maioria dos relatórios anuais analisados apresentam o montante do valor adicionado como parte de uma demonstração de resultados, inexistindo, na amostra, algum grupo que tenha apresentado uma informação completa (cálculo do valor adicionado e sua distribuição), ou mesmo incompleta (com apenas o cálculo ou a distribuição). Na Alemanha, todas as informações sobre valor adicionado são prestadas por meio da demonstração do valor adicionado, seja a demonstração de maneira completa ou incompleta. Mas, principalmente, concluíram que, em ambos os países, as empresas relutavam bastante em divulgar informações sobre o valor adicionado, e que, na Alemanha, os relatórios apresentavam baixo nível de comparabilidade, o que reforçava o argumento à crítica, muitas vezes feita nesses países, de que a divulgação da DVA era usada, pelas empresas, mais com propósitos de relações públicas do que com objetivo de aumentar o número de informações úteis.

Martins (p. 4-5) ressalta que:

Em vários países da África e também na Índia, a demonstração de valor adicionado é considerada um relatório com teor tão importante que são exigidas das multinacionais que queiram se instalar nesses territórios. Para eles, pouco adianta quem vende muito, mas compra muito (a exemplo de algumas montadoras de automóveis), pois está gerando pouca riqueza nova.

3.6 - A DVA no Brasil

No Brasil, a partir das discussões sobre a importância das empresas como um agente social e a nova visão sobre a responsabilidade social corporativa, as empresas passaram a sentir a necessidade e importância do cálculo e da divulgação do valor adicionado e de sua distribuição.

Seja por aceitarem a responsabilidade social que lhes era atribuída, por exigências do mercado e da sociedade ou até mesmo por marketing empresarial, a partir da década de 90, a elaboração e a publicação da demonstração do valor adicionado ganhou corpo e a seguir apresentamos a evolução da DVA no Brasil:

- ✓ No ano de 1992, através do Parecer de Orientação CVM nº. 24/92 sobre a divulgação da Demonstração do Valor Adicionado, a Comissão de Valores Mobiliários – CVM já incentivava e apoiava a divulgação voluntária de informações de natureza social.
- ✓ O Conselho Federal de Contabilidade, reconhecendo a importância de regulamentar a Demonstração de Valor Adicionado, através da Resolução CFC nº. 1.010 de 21/01/2005 aprovou a NBC T 3.7, norma técnica que regulamenta a elaboração da DVA para as empresas. Na referida técnica o Conselho Federal de Contabilidade apresenta o seguinte modelo de apresentação da DVA:
- ✓ No dia 28/12/2007, foi publicada a Lei nº. 11.638 que altera a Lei nº. 6.404 de 1976.

Através da Lei 11.638 de 2007, foi instituída a demonstração do valor adicionado, onde as empresas de capital aberto estão obrigadas a elaborar e publicar a referida demonstração a partir do dia 1º de janeiro de 2008.

Podemos perceber que desde o início da década de 90, a discussão sobre demonstrativos contábeis com informações que primassem pelo lado social foi evoluindo e, ao decorrer de praticamente 20 anos a idéia se tornou realidade. Atualmente as empresas de capitais abertos têm que elaborar e publicar a demonstração do valor adicionado.

Apesar da grande evolução e da introdução de maneira legal da DVA no Brasil, a sua utilização ainda será limitada, pois a grande maioria das empresas brasileiras são sociedades limitadas e não apresentam as características de uma organização constituída através de capital aberto.

CAPITULO 4 - ESTUDO DE CASO

4.1 – Dados da empresa

A empresa Dori foi fundada em 08 de maio de 1967, pela Sra. Doraci dos Santos Spila, que fabricava artesanalmente em sua própria residência pipocas e amendoins que lavavam até então a marca de GURI.

No ano de 1976, em virtude do crescimento, a empresa se muda para a Avenida República, em um salão de 500m² e neste mesmo ano devido à existência de uma fábrica carioca com o mesmo nome (Guri) a razão social é alterada para DORI, em homenagem a sua fundadora.

No ano de 1986, dois novos sócios entram nos negócios da Dori, o Sr. Pedro Lobo da Silva e Sr. Paulo César Venturini; neste mesmo ano a Dori inaugurou sua primeira filial em Marília, a Cerealista, no distrito industrial da cidade, constituída com o objetivo de selecionar, cuidar e preparar o amendoim – matéria-prima principal nos confeitos fabricados pela matriz. Atualmente, esta unidade desenvolve um trabalho de desenvolvimento das sementes, parcerias e acompanhamento dos produtores, além de beneficiar o amendoim e produzir alguns produtos que o utilizam como matéria-prima principal.

No dia 21 de setembro de 1988, o Sr. João Baptista Barion, adquire da família Spila a maioria das quotas da empresa e passa a ser sócio majoritário da organização. Neste mesmo ano em um prédio de 1.800 m², a Dori fabricava em torno de 300 toneladas mensais e já proporcionava aproximadamente 100 empregos diretos.

No ano de 1989 a Dori adquire a fábrica de balas e pirulitos, denominada “Ouro Verde”, situada à cidade de Rolândia, Estado do Paraná. Esta fábrica produzia 150 toneladas mensais e gerava aproximadamente 80 empregos diretos. No ano de 1994 a “Ouro Verde é incorporada pela Dori Alimentos”.

Em 1995, juntam-se a sociedade os filhos do Sr. João Baptista Barion: João Baptista Barion Junior, Luis Bodini Barion, Carlos Bodini Barion e Vitor Bodini Barion, dos quais dois já trabalhavam na direção da empresa.

Em setembro de 2003 é inaugurado o Centro de Distribuição em Marília. Nesta unidade, toda a mercadoria produzida é devidamente armazenada para posterior distribuição.

Desde a aquisição da Dori pela família Barion, houve diversos investimentos destinados ao crescimento e expansão da empresa. Atualmente a Dori tem uma estrutura predial de 44.800 m² em terrenos que somam 225.000 m².

Foi no ano de 2003, que a Dori teve a idéia de elaborar o Balanço Social e direcionar ações neste mesmo sentido. Hoje, com aproximadamente 2000 colaboradores, a empresa continua elaborando o demonstrativo e é portadora do Selo IBASE, fornecido através de uma avaliação do instituto criado pelo sociólogo Hebert de Souza, o “Betinho”.

4.2 – Metodologia da Pesquisa

Com o intuito de descobrir e levar a sociedade de um modo geral, os benefícios e as reações que a publicação do Balanço Social traz à seu público interno (colaboradores, diretores e acionistas), desenvolvemos uma pesquisa de campo aplicada sobre uma amostra de funcionários, além o próprio diretor da empresa.

No dia 07 de outubro de 2008, no centro social da empresa, em uma troca de turno, colaboradores da área produtiva foram entrevistados. O método aplicado foi um questionário com quinze questões, onde, quatorze eram de múltipla escolha e uma dissertativa. As informações adquiridas através desta pesquisa serão demonstradas no capítulo seguinte.

Também foi realizada uma entrevista com o sócio da empresa, onde o Sr. João Baptista Barion respondeu algumas perguntas sobre a importância do Balanço Social.

4.3 – Tabulação da Pesquisa

Primeiramente apresentaremos as respostas obtidas através da entrevista com o Sr. João Barion, logo após mostraremos gráficos que ilustraram as opiniões dos colaboradores e em seguida concluiremos sobre os benefícios e reações que o Balanço Social proporciona ao público interno.

Pergunta: O que levou a Dori a publicar o Balanço Social?

Sr. João: Por acreditar que a publicação do BS faz com que haja um melhor comprometimento da própria Empresa com o desenvolvimento das atividades. Acredito que a publicação do BS foi praticamente uma consequência dos trabalhos que vinham sendo

realizados, principalmente para os colaboradores (funcionários) da empresa e para a comunidade.

Pergunta: É importante levar as informações econômicas e sociais da empresa para a sociedade? Por quê?

Sr. João: Sim, é importante. Pois a sociedade passa a conhecer melhor quem é a empresa, e isso contribui no momento de opção para com o seu produto; para se candidatar a uma vaga de emprego na Empresa.

Pergunta: Você acha que a publicação do Balanço Social deveria ser obrigatoriedade para algum tipo de empresa?

Sr. João: Em principio sim, mas na pratica isso seria inviável; pois às vezes micros e pequenas empresas não têm verbas suficientes para fazerem a publicação do balanço social. Mas poderiam criar uma obrigatoriedade legal de acordo com o faturamento da empresa.

Pergunta: A Dori é pioneira na região na publicação do Balanço Social. Após este trabalho, a empresa é mais reconhecida pelo seu trabalho social? Existe algum benefício com o marketing social?

Sr. João: A Empresa vem se tornando mais conhecida por diversos trabalhos que desenvolve, inclusive uma de suas metas é fazer a marcar ficar mais conhecida. O BS social contribui para este conhecimento do que a empresa faz, diante a comunidade, seus fornecedores, clientes e os próprios colaboradores.

A Empresa é reconhecida gradativamente pelo que vai fazendo e a publicação do BS contribui.

Pergunta: O Balanço Social é um instrumento favorável para a gerência das estratégias da empresa voltadas aos seus colaboradores?

Sr. João: O BS pode ser considerando um instrumento de divulgação. Ele pode contribuir para uma análise mais apurada do que é desenvolvido em prol aos colaboradores. Mais o mais importante que a publicação do BS é o fazer das ações.

Não estou dizendo em nenhum momento que a publicação do BS não seja importante, pelo contrario é de extrema importância.

Pergunta: Sobre o Balanço Social. Descreva alguns benefícios e a importância que hoje ele tem para a empresa.

Sr. João:

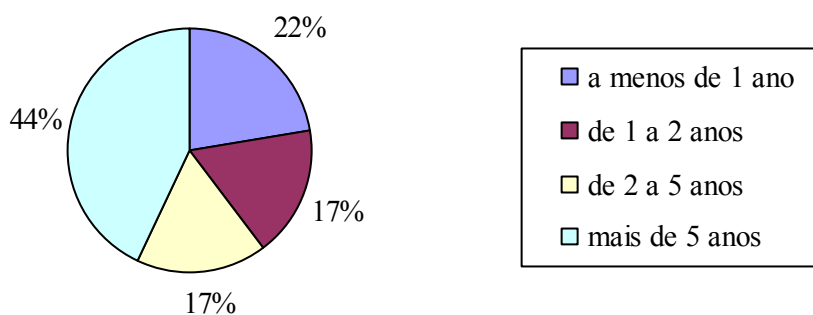
- Demonstra interesse que a Empresa tem nas políticas de Responsabilidade social;
- Contribui para que outras empresas se interessem pelo assunto;
- O colaborador sente-se valorizado com a publicação do BS.

Na pesquisa efetuada com uma amostra de 58 colaboradores da produção, obtivemos os seguintes resultados:

Questão 1: Quanto tempo você trabalha na Dori?

- ✓ 13 trabalham a menos de 1 ano;
- ✓ 10 trabalham de 1 a 2 anos;
- ✓ 10 trabalham de 2 a 5 anos e
- ✓ 25 trabalham a mais de 5 anos.

Gráfico 1 - Tempo de Trabalho na Empresa



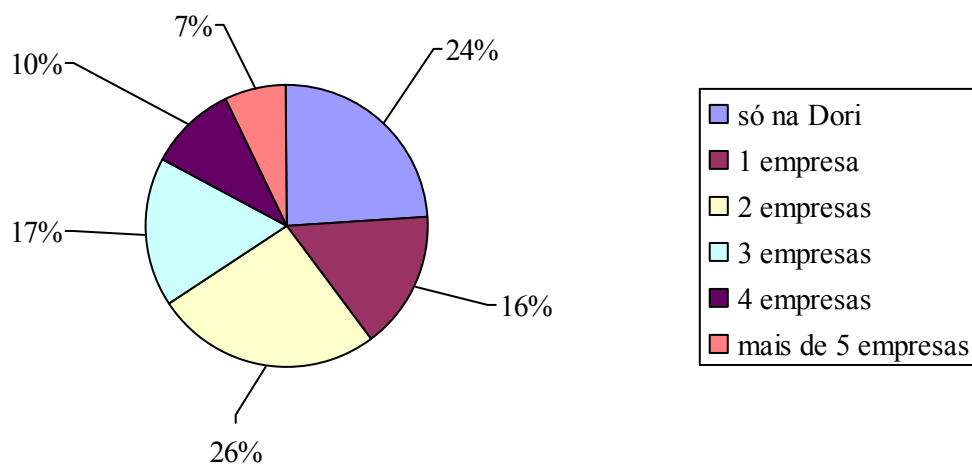
Fonte: Elaborada Pelos Autores

Questão 2: Você já trabalhou em outras empresas?

- ✓ 14 não trabalharam;
- ✓ 9 trabalharam em mais 1 empresas;
- ✓ 15 trabalharam em mais 2 empresas;
- ✓ 10 trabalharam em mais 3 empresas;

- ✓ 6 trabalharam em mais 4 empresas e
- ✓ 4 trabalharam em mais de 5 empresas.

Gráfico 2 - Trabalhou em Outra Empresa

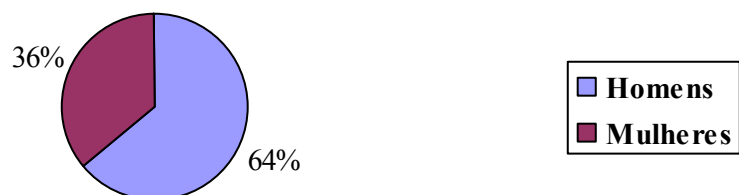


Fonte: Elaborada Pelos Autores

Questão 3: Sexo:

- ✓ 21 mulheres e
- ✓ 37 homens.

Gráfico 3 - Sexo dos Funcionários



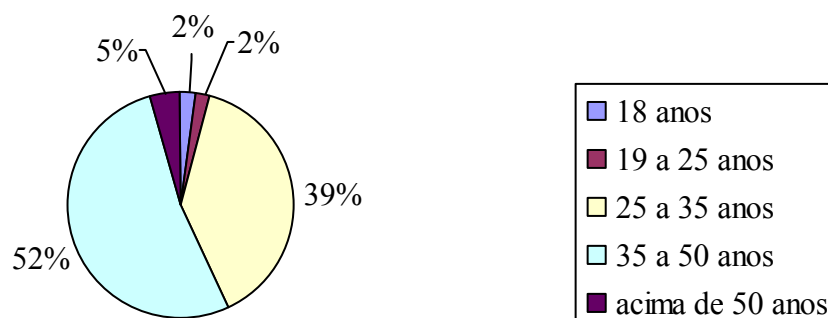
Fonte: Elaborado Pelos Autores

Questão 4: Idade:

- ✓ 1 até 18 anos;
- ✓ 1 de 19 a 25 anos;

- ✓ 17 de 25 a 35 anos;
- ✓ 23 de 35 a 50 anos e
- ✓ 2 acima de 50 anos.

Gráfico 4 - Idade dos Funcionários



Fonte: Elaborada Pelos Autores

Questão 5: Escolaridade:

- ✓ 3 – fundamental incompleto;
- ✓ 12 – fundamental completo;
- ✓ 2 – médio incompleto;
- ✓ 32 – médio completo;
- ✓ 7 – Universitário e
- ✓ 2 – Pós – graduação.

Gráfico 5 - Nível de Escolaridade

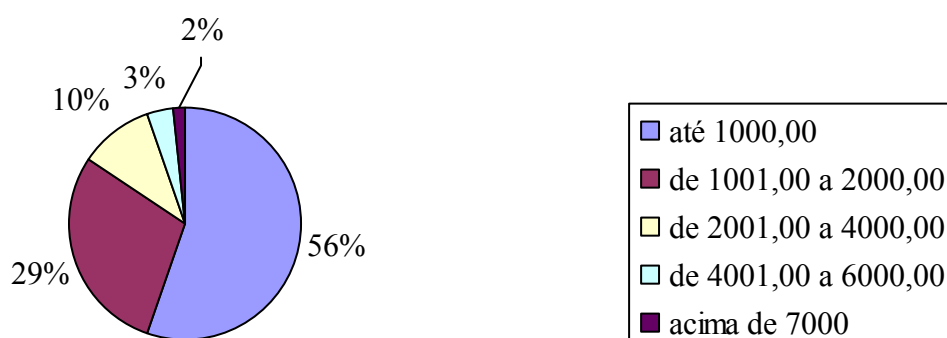


Fonte: Elaborada pelos Autores

Questão 6: Faixa salarial:

- ✓ 32 até 1000,00;
- ✓ 17 de 1001,00 a 2000,00;
- ✓ 6 de 2001,00 a 4000,00;
- ✓ 2 de 4001,00 a 6000,00 e
- ✓ 1 acima de 7000,00.

Gráfico 6 - Faixa Salarial

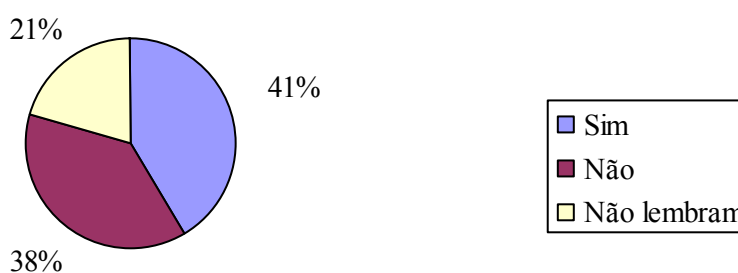


Fonte: Elaborada Pelos Autores

Questão 7: Você leu o último Balanço Social da Dori?

- ✓ 24 sim;
- ✓ 22 não e
- ✓ 12 não lembram.

Gráfico 7 - Leitura do Último Balanço Social



Fonte: Elaborada Pelos Autores

Questão 8: Como você classifica o Balanço Social da Dori?

- ✓ 45 acham informativo;
- ✓ 8 acham bonito;

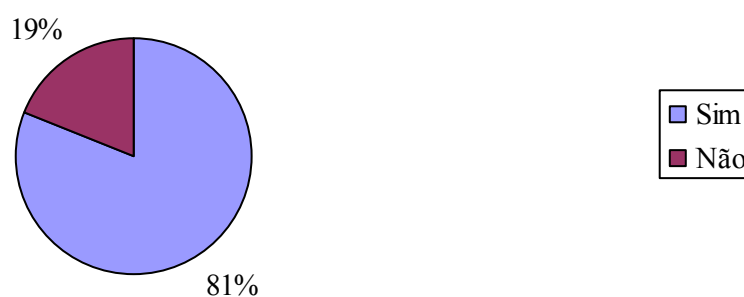
- ✓ 14 gostam de ler e
- ✓ Nenhum colaborador classificou o balanço social como feio ou de difícil leitura.

Observação: Nesta questão foram permitidas mais de uma resposta.

Questão 9: Você leva o Balanço Social para casa?

- ✓ 47 sim e
- ✓ 11 não.

Gráfico 8 - Se o Funcionário Leva o Balanço Social Para Casa



Fonte: Elaborada Pelos Autores

Questão 10: Quem lê o Balanço Social na sua casa?

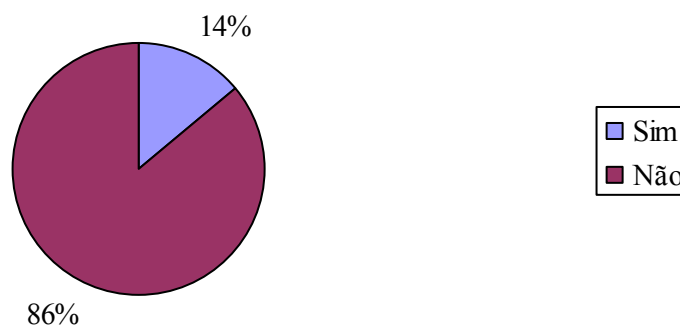
- ✓ 22 - cônjuge;
- ✓ 15 - filhos;
- ✓ 11 - pais;
- ✓ 4 - irmãos;
- ✓ 4 - outros e
- ✓ 8 - ninguém.

Observação: Nesta questão foram permitidas mais de uma resposta.

Questão 11: Você conhece o Balanço Social de outras empresas?

- ✓ 8 – sim
- ✓ 50 – não

Gráfico 9: Conhecimento de Balanço Social de Outras Empresas



Fonte: Elaborada Pelos Autores

Questão 12: Para os colaboradores, é importante a Dori publicar o Balanço Social?

- ✓ 51 – Sim
- ✓ 7 – Indiferente
- ✓ 0 - Não

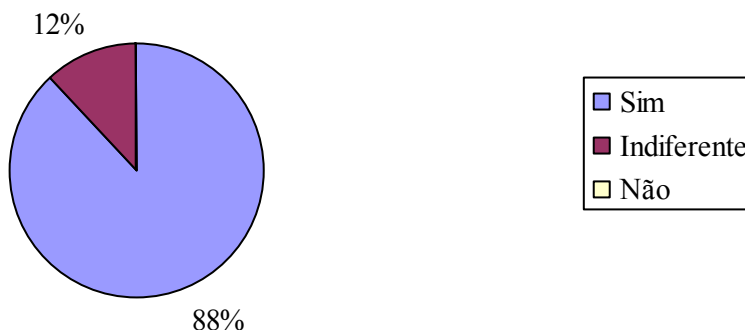
Gráfico 10: A importância da Publicação do Balanço Social Para os Colaboradores



Fonte: Elaborada Pelos Autores

Questão 13: Para a sociedade você considera importante a publicação do balanço social?

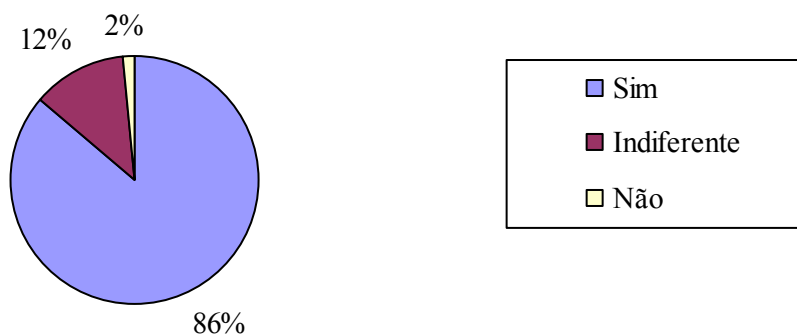
- ✓ 51 – Sim
- ✓ 7 – Indiferente
- ✓ 0 – Não

Gráfico 11: A importância Para a Sociedade da Publicação do Balanço Social

Fonte: Elaborada Pelos Autores

Questão 14: Você acha que todas as grandes empresas deveriam publicar o balanço social?

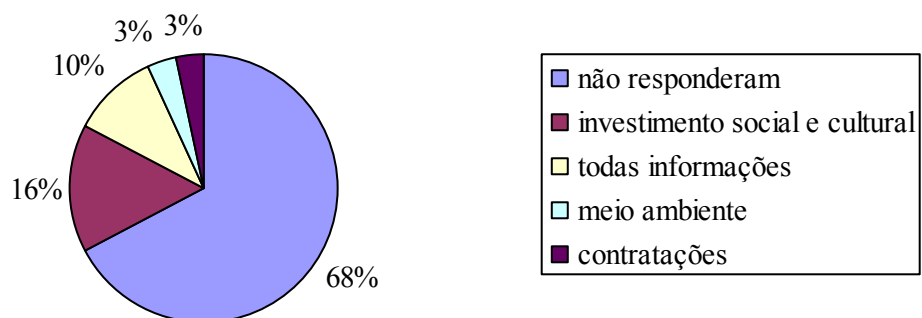
- ✓ 50 – Sim
- ✓ 7 – Indiferente
- ✓ 1 – Não

Gráfico 12: A Importância da Publicação do Balanço Social Para as Empresas

Fonte: Elaborada Pelos Autores

Questão 15: Qual informação você achou mais útil no balanço social? (dissertativa)

- ✓ 39 não responderam;
- ✓ 9 acham que as informações mais importantes são: investimento social e cultural aos colaboradores;
- ✓ 6 acham todas as informações úteis;
- ✓ 2 meio ambiente e
- ✓ 2 contratações.

Gráfico 13: Informações Úteis no Balanço Social

Fonte: Elaborada Pelos Autores

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O balanço social é uma demonstração nova no Brasil que esta ganhando espaço importante nas empresas, pois as organizações estão se interagindo mais com a comunidade e a sociedade e também estão percebendo que o seu principal patrimônio são seus colaboradores, portanto praticar e divulgar seus dados sociais é uma estratégia importante para aproximar a empresa de seus colaboradores, de sua comunidade e das partes relacionadas.

Após a entrevista com o sócio da empresa e a finalização da pesquisa com os colaboradores, tabulamos os dados e apresentamos as seguintes considerações:

- O Balanço Social é bem aceito entre os colaboradores. Foi possível constatar que a grande maioria conhece e sabe do que se trata este demonstrativo, porém, muitos ainda não possuem o costume de ler e observar as informações que o balanço social pode trazer.

- Dos colaboradores constantes na pesquisa, 41% leram o último balanço social apresentado pela empresa e 59% não leram ou não se lembram mais.

- Quase todos os colaboradores abordados na amostragem acham que o balanço social é um instrumento informativo e cerca de 25% dos funcionários entrevistados gostam realmente de lê-lo.

- Verificamos que grande parte dos funcionários, até mesmo aqueles que não lêem o balanço social, levam o demonstrativo para casa e proporcionam a leitura a seus familiares. Também foi possível perceber que 88 % dos colaboradores abordados acham importante a publicação do balanço social pela empresa e consideram este demonstrativo importante também para os funcionários. Este mesmo percentual apóia e acha que o referido demonstrativo deveria ser publicado também por outras grandes empresas.

- Por fim, após perguntarmos sobre qual informação o colaborador achou mais útil no balanço social, 68 % não souberam especificar, 16 % gostam das informações sobre investimentos sociais e culturais, 10 % acham todas as informações úteis e os 6% restantes apreciam as informações sobre meio ambiente e contratações.

- Após estes dados estatísticos, podemos perceber que apesar do conhecimento dos colaboradores sobre o balanço social, muitos ainda não lêem e não se dá a devida importância ao demonstrativo. Praticamente 100 % dos funcionários abordados sabem que o balanço social traz informações importantes - sobre a relação social existente entre a empresa e a comunidade de maneira geral, mas devido até a uma questão cultural brasileira, mais de 50 % da amostra não apresenta o costume de ler e buscar estas informações.

- Constatamos que o Balanço Social, assim como a nova idéia de responsabilidade social das organizações é um projeto em andamento, tanto na Dori, quanto na sociedade brasileira. É fato que na empresa estudada, os colaboradores já demonstram certo envolvimento e adaptação a este novo modelo de gestão, mas, ainda requer tempo e mudanças culturais da própria sociedade e do público interno das empresas para que o Balanço Social e as idéias inovadoras de gestão sejam mais bem aceitas e vivenciadas por todos nós.

REFERÊNCIAS

ADCE. **A história de um ideal**: a SDCE no Brasil 1961 – 1996. São Paulo: Edicon, 1997.

ASHLEY, Patrícia Almeida (coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. Editora Saraiva. São Paulo. 2º ed. 2005.

BARBOSA, Livia. **Igualdade e meritocracia**: a ética do desempenho nas sociedades modernas. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1999, p. 141.

BERLE, Adolf A.; MEANS, Gardiner C. *Modern Corporation and private property*. Somerset: Transaction, 1991.

BNDES. **Empresas, responsabilidade corporativa e investimento social**. Relato Setorial nº.1, das AS/GESET, Rio de Janeiro,2000.

CARVALHO, Luiz Nelson Guedes de. **Contabilidade & Ecologia: uma exigência que se impõe**. Revista Brasileira de Contabilidade. Rio de Janeiro,20 (75), Abr./jun. 1991.

CHEVALIER, A. **Le bilan social**. *Revue Française de Gestion*, 1977 (b). Número especial.

_____. **Le bilan social de l'entreprise**, 2. Ed. 1977 (a).

CRAWFORD, Richard. **Na era do capital humano**. São Paulo: Atlas, 1994.

D'AMBRÓSIO, D. ; MELLO, P. C. **A responsabilidade que dá retorno social**, *Gazeta Mercantil* 10/11/1998, p. C-8.

DE LUCA, Márcia M.Mendes. *Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB*. São Paulo: Atlas,1998.

DINIZ, Eli; BOSCHI, Renato R. **Brasil**: um novo empresariado? Balanço de tendências recentes. In: DINIZ, Eli (org.). *Empresários e modernização econômica: Brasil anos 90*. Florianópolis: EFSC/Idacon, 1993.

DUARTE, Gleuso D.; DIAS, José M. **Responsabilidade social: a empresa hoje**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1986.

ENCICLOPÉDIA – Barsa. Portugal: política e sociedade, v.11, p. 470.

EXAME. Maiores e Melhores. São Paulo: Abril (diversos números).

GRAJEW, Oded. **Pessoa física em paz com a pessoa jurídica**, Valor, coluna Empresas & Comunidades, 01/06/2000, p. B-2.

HOOD, John. **Do corporations have social responsibilities?** The Freeman: ideas on liberty, New York: v. 48, n. 11, p. 680-684, Nov. 1998.

IBASE. **Balanco Social: cidadania e transparência pública das empresas**. Rio de Janeiro: Ibase, 1998.

JONES, Marc T. Missing the forest for the trees: a critique of the social responsibility concept and discourse. *Business and Society, Thousand Oaks*, v. 35, n. 1, p. 7-41, Mar. 1996.

LEI nº 141/85 – **Balanco Social Português**.

LEISINGER, Klaus M., SCHMITT, Karin. **Ética Empresarial: Responsabilidade Global e gerenciamento moderno**. Petrópolis: Vozes, p.107-111. 2001.

MARTINS, Eliseu. Balanco Social: idéia que merece permanecer. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 18 set. 1997, Caderno A.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark. 2001.

PAULA, Sérgio Góes; ROHDEN, Fabíola. **Empresas e Filantropia no Brasil: um estudo sobre o prêmio Eco**. Rio de Janeiro: Projeto Filantropia e Cidadania, Iser, 1996.

RIBEIRO, Maisa de Souza, LISBOA, Lázaro Plácido. Balanco Social. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília: ano XXVIII, nº. 115, 72-81, jan./fev., p. 19-20, 1999.

SANTOS, Ariovaldo; FREIRE, Fátima; MALO, François. **O balanço social no Brasil: gênese, finalidade e implementação como complemento às demonstrações contábeis.** Fortaleza: UFCE, Mimeo, [s.d.].

SANTOS, Ariovaldo dos. Demonstração do valor adicionado – *DVA*: um instrumento para medição da geração e distribuição de riqueza nas empresas. 1999. Tese (Livre-docência) – Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo.

S.J. Gray and K.T. Maunders. **Value Added Reporting: uses and measurement.** London: Association of Certified Accountants, 1880 In: BELKAOUI, Ahmed. The new environment in international accounting. Quorum Books. p. 5, 1998.

SOUZA, Herbert de. **Empresa pública e cidadão.** Folha de São Paulo, 26 mar. 1997. p. 2-2.

_____. **Balanço social: voluntário ou obrigatório?** Folha de São Paulo. São Paulo: 07 abr.1997.

SOUZA FILHO, José Vicente. Contribuição para implantação e divulgação do balanço social. 2000. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Pontifícia Universidade Católica (PUC). São Paulo.

TIBURCIO, César Augusto Silva; FREIRE, Fátima de Souza. (org.). **Balanço Social: teoria e prática.** Editora Atlas. São Paulo. 2001

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações –** São Paulo, Atlas, 2001.

_____. **Balanço social: uma abordagem sócio-econômica da contabilidade.** 1984. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Contabilidade e Atuária, Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo.

TORRES, Ciro. **Responsabilidade social das empresas (SER) e balanço social no Brasil.** In: SILVA, César Augusto Tiburcio, FREIRE, Fátima de Souza (organizadores). Balanço Social teoria e pratica. São Paulo: Atlas, 2001.p.28-29.

VILLELA, Milú. Respeito e responsabilidade social. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 16 jun. 1999. Caderno tendências e debates, p. 1-3.

SITES CONSULTADOS

www.bndes.gov.br

www.cvm.gov.br

www.ethos.org.br

www.fides.org.br

www.gife.org.br

www.ibase.org.br

www.receita.fazenda.gov.br

www.balancosocial.org.br

ANEXOS

ANEXO 1

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO DOS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO, EM MILHARES DE REAIS

	007		006	
1-RECEITAS				
1.1. Receitas Operacionais				
1.2. Provisão para devedores duvidosos				
1.3. Resultados não-operacionais				
2-INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (-)				
2.1. (-) Custos dos serviços				
2.2. (-) Serviços de Terceiros				
2.3. (-) Energia, serviços de terceiros e outras despesas operacionais.				
2.4. (-) Perda na realização de ativos				
2.5. (-) Outras despesas e custos Operacionais				
3 – RETENÇÕES (-)				
3.1. (-) Depreciação, amortização e exaustão.				

4 - VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE				
5 - VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA				
5.1. Resultado de equivalência patrimonial e dividendos de investimentos avaliados ao custo				
5.2. Receitas financeiras				
5.3. Aluguéis e royalties				
5.4. Doações Recebidas				
6 - VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR		00%		00%
7 - DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO				
7.1. Empregados				
Salários e encargos				
Comissões sobre vendas				
Honorários da diretoria				
Participação dos empregados nos lucros				
Planos de aposentadoria e pensão				
7.2. Tributos				
Impostos, taxas e contribuições.				
7.3. Financiadores				
Juros				
Aluguéis				
7.4. Juros sobre capital próprio e dividendos				

7.5. Lucros retidos/prejuízo do exercício				

ANEXO 2

Balanco Social Modelo IBASE



Balanco Social Anual / 2007

Empresa:

1 - Base de Cálculo	2007 Valor (Mil reais)			2006 Valor (Mil reais)		
Receita líquida (RL)	0			0		
Resultado operacional (RO)	0			0		
Folha de pagamento bruta (FPB)	0			0		
2 - Indicadores Sociais Internos	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	0			0		
Encargos sociais compulsórios	0			0		
Previdência privada	0			0		
Saúde	0			0		
Segurança e saúde no trabalho	0			0		
Educação	0			0		
Cultura	0			0		
Capacitação e desenvolvimento profissional	0			0		
Creches ou auxílio-creche	0			0		
Participação nos lucros ou resultados	0			0		
Outros	0			0		
Total - Indicadores sociais internos	0			0		
3 - Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	0			0		
Cultura	0			0		
Saúde e saneamento	0			0		
Esporte	0			0		
Combate à fome e segurança alimentar	0			0		
Outros	0			0		
Total das contribuições para a sociedade	0			0		
Tributos (excluídos encargos sociais)	0			0		
Total - Indicadores sociais externos	0			0		
4 - Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	0			0		
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0			0		
Total dos investimentos em meio ambiente	0			0		
Quanto ao estabelecimento de “metas anuais” para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%		<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%			
5 - Indicadores do Corpo Funcional	2007			2006		
Nº de empregados(as) ao final do período	0			0		
Nº de admissões durante o período	0			0		
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	0			0		
Nº de estagiários(as)	0			0		
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	0			0		
Nº de mulheres que trabalham na empresa	0			0		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	0,00%			0,00%		
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	0			0		
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	0,00%			0,00%		
Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais	0			0		

6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2007			Metas 2008		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	0			0		
Número total de acidentes de trabalho	0			0		
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> seguirá as normas da OIT	<input checked="" type="checkbox"/> incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
A participação dos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não serão considerados	<input checked="" type="checkbox"/> serão sugeridos	<input type="checkbox"/> serão exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> apoiará	<input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa _____	no Procon _____	na Justiça _____	na empresa _____	no Procon _____	na Justiça _____
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa _____%	no Procon _____%	na Justiça _____%	na empresa _____%	no Procon _____%	na Justiça _____%
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2007:			Em 2006:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	____% governo ____% colaboradores(as) ____% acionistas ____% terceiros ____% retido			____% governo ____% colaboradores(as) ____% acionistas ____% terceiros ____% retido		
7 - Outras Informações						

ANEXO 3

Modelo Balanço Social Francês

I – Emprego

11	Número de empregados	Nível 1	Nível 2	Nível 3	Total
111	Número de empregados em 31-12 (111)				
112	Número de empregados permanentes (112)				
113	Número de empregados com contrato de trabalho indeterminado em 31-12				
114	Número médio de empregados no ano				
115	Divisão de empregados por sexo em 31-12				
116	Divisão de empregados por idade em 31-12				
117	Divisão de empregados por tempo de serviço em 31-12				
118	Divisão de empregados em 31-12 segundo a nacionalidade <ul style="list-style-type: none"> • franceses • estrangeiros 				
119	Divisão de empregados segundo qualificação				
12	Trabalhadores externos	Total			
121	Número médio mensal de trabalhadores temporários				
122	Duração média de contratos de trabalho temporário				
13	Contratações durante o ano corrente	Nível 1	Nível 2	Nível 3	Total
131	Número de Contratos <ul style="list-style-type: none"> • determinado • indeterminado 				
132	Número de pessoas contratadas com menos de 25 anos				
14	Afastados	Nível 1	Nível 2	Nível 3	Total
141	Total de afastados				
142	Número de demitidos				
143	Número de licenças por causas econômicas				
15	Desempregados	Nível 1	Nível 2	Nível 3	Total
151	Número de desempregados em tempo parcial				
152	Número de horas de desempregados parciais				
16	Faltas	Nível 1	Nível 2	Nível 3	Total
161	Número de jornadas com faltas				

II - Remuneração e encargos sociais

21	Total de remunerações	Total			
211	Total de salários pagos para homens e mulheres				
212	Remuneração média mensal (homens e mulheres)				
22	Hierarquias das remunerações				
221	Montante total das 10 remunerações mais elevadas				
222	Relação entre a média dos administradores e os empregados do setor produtivo				
23	Encargos acessórios				
231	Quantidade de pessoas (salários) à disposição de empresas externas: • contrato temporário; • outras empresas.				
24	Encargos salariais globais				
241	Taxas/Receitas				
25	Participação financeira				
251	Montante global da reserva da participação				
		Nível 1	Nível 2	Nível 3	Total
252	Montante médio dos beneficiários				
253	Parte do capital destinado aos empregados				

III - Condições de Higiene e segurança

31	Acidente de trabalho	Nível 1	Nível 2	Nível 3	Total
311	Número de acidentes de trabalho com parada				
312	Número de jornada de trabalho causado por acidentes				
313	Número de acidentes no caminho do trabalho que causou parada do trabalho				
32	Doenças do trabalho	Total			
321	Número de doenças causadas pelo trabalho declaradas				
33	Despesas com doenças	Total			
331	Despesas com doenças efetuadas na empresa				

IV - Outras condições de trabalho

41	Duração do tempo de trabalho	Nível 1	Nível 2	Nível 3	Total
411	Horário médio				
412	Número de empregados com tempo parcial • entre 20 a 30 horas • outras formas de tempo parcial				
42	Organização e conteúdo do trabalho	Equipe	Equipe	Equipe	Equipe 4

		1	2	3	
421	Efetivos que trabalham em equipe • equipes fixas; • equipes alternativas.				
422	Pessoas utilizadas para tarefas repetitivas				
43	Despesas com melhoras das condições de trabalho	Total			
431	Total de despesas				

V – Formação

51	Formação profissional contínua				%
511	Porcentagem dos empregados cm formação contínua				
512	Número de estagiários: • homens; • mulheres.				
513	Número de horas de estágios: • remunerados; • não remunerados.				
52	Bolsas	Total			
	Número de assalariados beneficiados				

V - Relações profissionais

61	Representantes dos empregados	Total
611	Composição do comitê central	
612	Número de reuniões do comitê	
613	Datas de reuniões	
62	Informações e comunicações	
621	Existem estruturais de concentrações	

VII - Outras Condições de vida

71	Trabalhos sociais (habitação, transporte, restaurações, lazer, férias, diversos)	Total
711	Divisão de despesas	
712	Receita do comitê central da empresa	
72	Outros encargos sociais	
721	Custos para a empresa das despesas complementares (mortes, doenças, etc.)	
722	Custos para a empresa das despesas complementares (aposentadoria)	