

A MEDIÇÃO DO DESEMPENHO SOCIAL DAS EMPRESAS - O BALANÇO SOCIAL

Ernani Ott

Tatiani Ramos dos Santos

Resumo:

As empresas devem exercer, além de sua função econômica, uma função social denominada de função ou responsabilidade social, voltada para a preservação do meio ambiente, qualidade dos produtos e conseqüências de sua utilização e bem-estar da comunidade. O Balanço Social vem se constituindo no melhor e mais eficaz instrumento de demonstração da responsabilidade social, e vem sendo utilizado por um número crescente de empresas em nosso país. No presente estudo, aborda-se este tema e apresenta-se os resultados de uma pesquisa sobre a sua prática em empresas do Rio Grande do Sul.

Palavras-chave:

Área temática: *A Medição de Desempenho Gerencial*

**A MEDIÇÃO DO DESEMPENHO SOCIAL DAS EMPRESAS
O BALANÇO SOCIAL**

Ernani Ott

Doutor em Contabilidade

Tatiani Ramos dos Santos

Bacharel em Ciências Contábeis

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Av. Unisinos, 950 – CEP 93022/000 – São Leopoldo (RS)

e-mail: ernani@mercado.unisinos.br

Professor e Pesquisador

Área Temática: A medição do desempenho gerencial

A MEDIÇÃO DO DESEMPENHO SOCIAL DAS EMPRESAS O BALANÇO SOCIAL

Área Temática: A medição do desempenho gerencial

RESUMO

As empresas devem exercer, além de sua função econômica, uma função social denominada de função ou responsabilidade social, voltada para a preservação do meio ambiente, qualidade dos produtos e conseqüências de sua utilização e bem-estar da comunidade.

O Balanço Social vem se constituindo no melhor e mais eficaz instrumento de demonstração da responsabilidade social, e vem sendo utilizado por um número crescente de empresas em nosso país.

No presente estudo, aborda-se este tema e apresenta-se os resultados de uma pesquisa sobre a sua prática em empresas do Rio Grande do Sul.

1 INTRODUÇÃO

As empresas, através de sua função econômica, são as grandes responsáveis pela circulação e geração das riquezas.

No entanto, não podem manter-se de forma isolada, pois necessitam da sociedade com a qual direta ou indiretamente têm relacionamento. Nesse sentido, exercem uma outra função denominada de função ou responsabilidade social, voltada para a preservação do meio ambiente, qualidade dos produtos e conseqüências de sua utilização e bem-estar da comunidade.

O Balanço Social representa o instrumento de divulgação, por excelência, da função social das empresas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Responsabilidade Social

De acordo com Donaire (1995) *apud* Santos e Silva (1999, p.75),

“as organizações têm se voltado para problemas que vão além das considerações meramente econômicas, atingindo um aspecto muito mais amplo, envolvendo preocupações de caráter político-social, tais como proteção ao consumidor, controle da poluição, segurança e qualidade dos produtos, assistência médica e social, defesa de grupos minoritários”.

Para Melo Neto e Froes (1999, p.80), a responsabilidade social da empresa consiste em sua “decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias da região em que está presente, e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce”.

Pode-se distinguir a responsabilidade social interna, cujo foco das ações é o público interno da empresa; seus empregados e dependentes, da

responsabilidade social externa, voltada à comunidade através de ações sociais desenvolvidas nas áreas de educação, saúde, assistência social e ecologia.

Sucupira (1999) constata que no Brasil, a discussão sobre o papel das empresas como agentes sociais no processo de desenvolvimento ganha vigor e atualidade, observando-se uma preocupação destas em vincular sua imagem à noção de responsabilidade social.

2.2 Balanço Social

O Balanço Social vem se constituindo no melhor e mais eficaz instrumento de demonstração da responsabilidade social, e vem sendo utilizado por um número crescente de empresas em nosso país.

Segundo Gonçalves (1980, p.VII), trata-se de “um instrumento colocado nas mãos do empresário para que possa refletir, medir, sentir como vai a sua empresa, o seu empreendimento, no campo social”. Reúne informações econômicas e sociais que servem como uma ferramenta gerencial, pois além de fornecer informações aos usuários internos e externos, auxilia na adoção de estratégias e tomada de decisões.

Conforme relata Martins (1999) foi na Europa, na década de 60, que teve início um movimento que procurava dar à mão de obra o mesmo *status* que já detinha o capital, constituindo-se tal movimento no embrião do Balanço Social, tornado obrigatório na França através da Lei nº 77.769/77, para todas as empresas com 300 ou mais empregados.

No Brasil, as idéias sobre Balanço Social tornaram-se explícitas em 1974 com a publicação do Decálogo do Empresário Cristão, pela Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), tendo-se como referência a empresa Nitrofértil como pioneira na publicação do Balanço Social no ano de 1984.

Em 1997, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) lançou um modelo para publicação do Balanço Social das empresas, tendo ampliado e aperfeiçoado o mesmo em 2000. Este documento contém 6 (seis) conjuntos de informações: (1) base de cálculo; (2) indicadores laborais; (3) indicadores sociais; (4) indicadores ambientais; (5) indicadores do corpo funcional e (6) informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial.

2.3 Demonstração do Valor Adicionado

De acordo com de Luca (1991), a Demonstração do Valor Adicionado (DVA) é um conjunto de informações de caráter econômico, apresentada normalmente com as informações do Balanço Social. É um relatório contábil que objetiva demonstrar o valor da riqueza gerada pela empresa e sua distribuição em forma de remuneração do trabalho, remuneração do capital (próprio e de terceiros) e remuneração do governo.

Do ponto de vista contábil, o valor adicionado na empresa é o resultado da diferença entre o valor da produção ou das vendas e os consumos intermediários (compras realizadas em outras empresas), num determinado período. Normalmente utiliza-se o valor das vendas, dada a facilidade de sua identificação através da Demonstração de Resultados.

De Luca (1991) menciona, também, que em 1975 foi publicado pelo IASC (*International Accounting Standards Committee*) o documento intitulado *The Corporate Report*, que recomenda, entre outras coisas, a apresentação da DVA evidenciando a distribuição da riqueza gerada pela empresa entre os investidores, empregados, governo e a parcela reinvestida.

3 A PRÁTICA DO BALANÇO SOCIAL NO RIO GRANDE DO SUL

Com o intuito de averiguar a prática do Balanço Social nas empresas sediadas no Rio Grande do Sul, levou-se a cabo uma pesquisa na qual definiu-se como objeto de estudo, as 100 (cem) maiores empresas do Rio Grande do Sul por faturamento, segundo cadastro obtido junto ao Jornal Gazeta Mercantil.

Enviou-se questionários para 96 (noventa e seis) destas empresas, uma vez que não foi possível conseguir o endereço completo de 4 (quatro). Obteve-se um retorno de 18 (dezoito) questionários respondidos, os quais compuseram a amostra com que se trabalhou.

Como tratou-se de um estudo mais ilustrativo que propriamente exaustivo, não se pretendeu contrastar nenhum tipo de hipótese, nem fazer predições, acreditando-se que este fato não o tenha desmerecido, uma vez que permitiu atender o objetivo pretendido de conhecer a realidade das empresas em relação ao tema.

Os dados e informações obtidas, foram organizados e devidamente tabulados, efetuando-se após uma análise descritiva dos mesmos.

3.1 Análise Descritiva

Decidiu-se pela não divulgação dos nomes das empresas, tendo-se adotado o critério de identificá-las pelas letras do alfabeto, obedecendo sua apresentação a ordem decrescente de faturamento.

3.1.1 Dados de Identificação

No quadro, a seguir, estão informados o setor de atividade das 18 (dezoito) empresas que responderam o questionário, o respectivo número de empregados em 31/12/2000, a quantidade e o percentual de mulheres que ocupam cargo de chefia ou gerência.

Empresa	Número de Empregados		Mulheres em Cargos de Chefia/Gerência		Setor de Atividade
	Homens	Mulheres	Número	%	
B	N/I	N/I	N/I	N/I	Ger/Transm.Energ.Eléct.
C	808	213	12	5,6	Distrib.Energia Eléctrica
D	5.011	3.306	702	21,24	Ind.Com. de Calçados
E	3.708	706	110	15	Saneamento Básico
F	N/I	N/I	N/I	N/I	Ind.Com. de Calçados
G	1.405	218	0	0	Materiais de Fricção
H	2.751	126	40	31,74	Transp.Rodov.Cargas
I	519	117	1	0,85	Receb.Comerc.Cereais
J	781	35	5	14,28	Construção de Estradas
L	234	164	2	1,22	Indústria Moveleira
M	830	306	0	0	Abate/Comerc.Frangos
N	482	51	0	0	Fabr.Caminhões/Chassis
O	310	40	3	7,5	Atacado/Distrib.Cereais
P	480	132	2	1,5	Indústria Moveleira
Q	326	127	5	3,94	Óleos Vegetais
R	402	437	5	1,14	Ind.Materiais Eléctricos
S	348	342	6	1,75	Indústria de Conservas

3.1.2 Elaboração do Balanço Social

Das 18 (dezoito) empresas, 6 (seis) informaram que estão elaborando o Balanço Social e 12 (doze) que não o fazem.

3.1.3 Grau de instrução dos empregados

No quadro, a seguir, apresenta-se o percentual correspondente ao número de empregados segundo o grau de instrução, diferenciando-se em empresas que elaboram e não elaboram o Balanço Social.

Grau de Instrução	Empresas que elaboram o Balanço Social	Empresas que não elaboram o Balanço Social
Analfabeto	0,12	1,02
Até 4ª série 1º Grau Inc.	1,05	10,39
4ª série completa	2,45	9,79
Da 5ª à 8ª série incompl.	9,13	24,00
1º grau completo	24,40	13,31
2º grau incompleto	7,15	11,56
2º grau completo	37,83	19,38
Superior incompleto	5,45	4,43
Superior completo	12,42	6,12
Total	100,00	100,00

Destaca-se do quadro acima, que 55,7% dos empregados das empresas que elaboram Balanço Social têm entre o 2º grau completo e superior completo, enquanto que nas empresas que não elaboram o Balanço Social este percentual é de 29,93%.

No outro extremo, ou seja, entre analfabetos e 4ª série completa, situam-se 3,62% dos empregados das empresas que elaboram Balanço Social e 21,2% das que não elaboram Balanço Social.

3.1.4 Características gerais dos Balanços Sociais elaborados

Empresa	Regular.	Elaborou BS nos últimos	Área responsável pela elaboração	Modelo	Público Alvo
A	anual	3 anos	Contab./RH/Comunic	Próprio	Comunidade
B	anual	3 anos	Não Informou	ANEEL	Acionistas, Empregados, Comunidade, Clientes, Fornecedores Bancos
D	anual	2 anos	Contab./R.Humanos	IBASE	Idem
E	anual	1 ano	Contabilidade	CVM	Comunidade, Clientes
G	anual	4 anos	Contab./R.Humanos	Rev.Exame	Acionistas, Empregados, Comunidade, Clientes, Fornecedores Bancos
L	anual	2 anos	Contabilidade	Próprio	Direção (não publica)

Como se depreende do quadro acima, a prática de elaboração do Balanço Social é ainda bastante recente. Embora uma das empresas não informou a área responsável, observa-se que a área contábil tem presença marcante, como era de se esperar.

3.1.5 Razões para elaboração do Balanço Social e Demonstração do Valor Adicionado

Ao serem indagadas sobre as razões para elaboração do Balanço Social e da Demonstração do Valor Adicionado, as empresas responderam:

Empresa	Razões para elaboração do Balanço Social e DVA
A	Transparência
B	Atender órgão regulador do setor elétrico e comunidade, clientes acionistas, etc.
C	Exigência do órgão regulador ANEEL
D	Transparência perante acionistas, funcionários, comunidade e governo
E	Prestar contas à sociedade em geral dos aspectos sociais da empresa
F	Não respondeu
G	Demonstrar para acionistas, empregados, comunidade, clientes, bancos e fornecedores, situações, fatos, benefícios, valores que não são visualizados nas demonstrações contábeis
L	Demonstrar o grau de participação da empresa na sociedade

A prestação de contas para os grupos de interesse e para a sociedade em geral, constitui a principal razão para elaboração e publicação do Balanço Social e da Demonstração do Valor Adicionado. Duas empresas referiram ainda a exigência pelo órgão regulador.

3.1.6 Utilização do Balanço Social e DVA com ferramenta de gestão

Esta questão obteve por parte das empresas as seguintes respostas:

Empresa	Utilização do BS e DVA como ferramenta de gestão
A	Apenas informativa. Comparação com a participação nos lucros.
B	Prestar maiores informações aos acionistas, comunidade, clientes, etc.
C	Não têm sido utilizadas
D	Em nível de direção e gerência. Ressalta-se a importância dos resultados para desenvolver uma política social
E	Não respondida
F	Não respondida
G	Não respondida
L	Análise no âmbito da direção da empresa

Pelas respostas obtidas, pode-se constatar que ainda não há uma utilização destas demonstrações como ferramentas de auxílio à gestão.

3.1.7 Significado de responsabilidade social

Solicitou-se às empresas que elaboram o Balanço Social e a Demonstração do Valor Adicionado, que respondessem qual o seu entendimento de responsabilidade social. As respostas foram as seguintes:

Empresa	Significado de Responsabilidade Social
A	N/ao respondeu
B	Contribui para diminuir o número de causas trabalhistas
C	Responsabilidade com a sociedade, empregados e consumidores
D	É de alta relevância. Trata-se de obter lucratividade com justiça
E	Uma mudança de cultura e gerenciamento
F	Não respondeu
G	Não respondeu
L	Faz parte do "sistema de excelência" da empresa com os programas "tecnologias limpas e programa cidadão" que estimula o trabalho voluntário na comunidade

Depreende-se das respostas acima, que algumas empresas já têm maior clareza acerca do significado de responsabilidade social, incorporando este conceito aos seus objetivos estratégicos.

3.1.8 Obrigatoriedade de elaboração do Balanço Social e da Demonstração do Valor Adicionado

Perguntou-se para todas as empresas da amostra, qual sua opinião sobre a obrigatoriedade de elaboração e publicação do Balanço Social e Demonstração do Valor Adicionado, considerando-se a tramitação no Congresso Nacional de Projeto de Lei neste sentido.

As respostas dadas pelas empresas consultadas, constam no quadro abaixo:

Empresa	A elaboração e publicação do BS e DVA deve ser obrigatória?
A	Sim. Para prestar contas à sociedade, quanto às riquezas geradas e o comprometimento com o bem-estar social
B	Sim. O BS expõe a realidade social da empresa e a DVA mostra em ângulos diferentes as receitas e despesas da companhia
C	Sim. Daria uma visão melhor nas aplicações dos recursos quanto ao investimento no aspecto social
D	Não. Trata-se de uma postura ética da empresa, equivalente ao "voto obrigatório". Não reflete a disposição, nem a maturidade política.
E	Sim. É uma forma de evidenciar a geração de riquezas da entidade
F	Não respondeu
G	Sim. Demonstra várias informações de maneira clara e objetiva
H	Não. A empresa entende que deve focar suas ações sociais internamente e não necessariamente publicá-las
I	Não. Acreditamos ser importante fazer, porém, não de forma obrigatória. O BS deve ser feito de forma consciente para obtenção de um melhor resultado ante a sociedade
J	Sim. Referida obrigatoriedade seria uma forma de obter-se o comprometimento social das empresas, visto que as mesmas ficarão mais expostas ao mercado
L	Não. Deveria ser facultado a cada empresa demonstrar qual o seu comprometimento com a sociedade
M	Sim. Para que possamos expressar de uma maneira mais transparente todos os valores gastos em prol da comunidade em que participamos
N	Não. Somente após ter um padrão universal
O	Não. Dependendo do ramo de atividade não faz muito sentido
P	Não respondeu
Q	Não. Deve ser um fator de disponibilidade, competitividade, ou seja, um <i>plus</i>
R	Sim. O que dificulta a sua realização é a falta de conscientização por parte das empresas, como também a falta de divulgação e interesse para tal, normatizações, critérios e até um modelo mais específico
S	Não. Entendemos que a empresa deva fazê-lo espontaneamente, no momento que lhe for mais apropriado

Das 18 (dezoito) empresas, 8 (oito) se posicionaram favoráveis a instituição da obrigatoriedade de elaboração e publicação do Balanço Social e Demonstração do Valor Adicionado, 8 (oito) não concordam com a obrigatoriedade e 2 (duas) não responderam.

Observa-se nitidamente uma divisão de opiniões, fruto certamente da novidade que representa esta discussão no meio empresarial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para uma adequada medição do desempenho gerencial, faz-se necessária a inclusão do Balanço Social junto às demais demonstrações contábeis elaboradas pelas empresas, uma vez que este tem a função de tornar pública a responsabilidade social das mesmas, a qual deve cada vez mais integrar as suas decisões de cunho estratégico.

Observou-se neste estudo, que das 96 (noventa e seis) empresas às quais foram endereçados questionários, apenas 18 (dezoito) efetivamente responderam, indicando que talvez ainda há um relativo desconhecimento em relação ao tema, pouco interesse quanto aos aspectos sociais, ou quem sabe em relação a este estudo.

Mesmo entre as respondentes, observou-se que apenas 33% vêm elaborando o Balanço Social com regularidade, cabendo esperar-se um crescimento neste número nos próximos anos, na medida em que a atenção aos aspectos sociais passa a ser de vital importância, inclusive para a sobrevivência das empresas, num mercado cada vez mais exigente e competitivo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE LUCA, Márcia Martins Mendes. **Demonstração do Valor Adicionado**. São Paulo: Atlas, 1998.

GONÇALVES, Ernesto Lima. **Balanço Social da Empresa na América Latina**. São Paulo: Pioneira, 1980.

MARTINS, Vinícius A. Contabilidade Social: da origem à prática atual. Porto Alegre, **Boletim IOB - Temática Contábil e Balanços**, nº 10, 11 e 12, 1999.

MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

SANTOS, Odilanei M. dos e SILVA, Paula D. Almeida da. A responsabilidade social da empresa: um enfoque ao balanço social. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Ano XXVIII, nº 118, jul/ago 1999.

SUCUPIRA, João. **A responsabilidade social das empresas**. <http://www.ibase.org.br>, 17/09/99, 11:41.