

# BALANÇO SOCIAL: DEMONSTRATIVO DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

Patrícia Siqueira Varela

Graduanda em Ciências Contábeis

e bolsista do Sistema de Bolsas de Ciências Contábeis da FACE/UFMG

Raquel da Ressurreição Costa

Graduanda em Ciências Contábeis

e bolsista do Sistema de Bolsas de Ciências Contábeis da FACE/UFMG

Maurício Melo Dolabella

Professor do CIC/FACE/UFMG

Orientador do Trabalho e tutor do sistema de Bolsas de Ciências Contábeis

*O posicionamento das empresas diante dos problemas sociais da nossa época, como a degradação ambiental, crescimento do desemprego, crescimento da pobreza e miséria, tem sido questionado por vários segmentos da sociedade que conclamam às mesmas a assumirem as suas responsabilidades sociais. Este artigo foi extraído de um trabalho desenvolvido no Sistema de Bolsas de Ciências Contábeis da FACE – UFMG, tendo como finalidade descrever as principais interações da empresa com os componentes do seu ambiente – acionistas, empregados, fornecedores, clientes, concorrentes, governo e a sociedade de forma geral – interações estas objeto da sua atuação social. E, principalmente, o estudo do Balanço Social, instrumento de mensuração e evidenciação da postura social assumida pelas empresas.*

## 1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico e científico presente nas últimas décadas e nos dias atuais e, consequentemente, a recente globalização dos mercados impulsionaram uma transformação nos contextos econômico, político e social da sociedade.

Essas transformações ocasionaram o questionamento dos valores que compõem a sociedade, buscando a redução das desigualdades sociais entre os homens, aumentando os adeptos da idéia de que deve ser redefinido o papel social da empresa.

O interesse em pesquisar o tema Balanço Social surgiu com a divulgação de artigos do sociólogo Herbert de Souza, o “Betinho”, em jornais de grande circulação em nosso país, em que ele conclamava às empresas a assumirem suas responsabilidades sociais e divulgarem informações à sociedade sobre sua atuação social e, também pela associação do assunto com a Ciência Contábil.

Sem pretender esgotar o assunto, foi feita uma pesquisa bibliográfica e documental com o objetivo de estudar o Balanço Social, instrumento de avaliação da contribuição sócio-econômica das empresas ao seu ambiente e verificar, de forma geral, que tipos de relatórios de cunho social elas têm divulgado.

Inicialmente é abordado as principais mudanças ocorridas no ambiente das empresas que ocasionaram uma nova forma de interação entre elas e os seus parceiros, baseada na filosofia da Responsabilidade Social.

Em seguida, é apresentado a postura sócio-econômica assumida pela contabilidade através do Balanço Social, que constitui-se num demonstrativo formal que sistematiza as informações sócio-econômicas para seus diversos usuários. Foram apresentados os objetivos que o Balanço Social pode assumir, suas metodologias e os pontos importantes a serem abrangidos pela demonstração (relações trabalhistas, meio ambiente, políticas externas e demonstração do valor adicionado). Além disso foi feito um breve comentário sobre o posicionamento de diversos segmentos da sociedade acerca dos novos valores traçados para a empresa e da divulgação do Balanço Social.

Por fim foram apresentadas as conclusões da Pesquisa Documental, relatando as principais metodologias usadas e as características gerais dos relatórios de cunho social divulgados pelas empresas analisadas.

## 2 A EMPRESA E A SUA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Nas últimas décadas a sociedade passou por transformações que influenciaram todo o contexto econômico, político e social, tais como: incremento do comércio internacional, crescimento das corporações transnacionais; extraordinário

desenvolvimento dos meios de comunicação e transporte. E, principalmente, por causa dessa última mudança, o fenômeno da globalização da economia.

A integração destes fatores levou a humanidade a uma maior conscientização das diferenças econômicas e sociais entre os países desenvolvidos e os em processo de desenvolvimento, desencadeando o surgimento de vários grupos de movimentos sociais e intensificando o questionamento dos valores que presidem a organização da sociedade.

Ao longo do tempo, as empresas tornaram-se foco desse questionamento. Isso porque elas são sistemas abertos e estão em constante interação com o meio que as cerca, mantendo um conjunto de relações que envolvem demandas e contribuições com os vários elementos que compõem o seu ambiente, os quais podem ser chamados de PARCEIROS. É o que o Quadro 1 revela.

Sendo assim, é possível reconhecer que o relacionamento da empresa com os seus parceiros acontece numa entidade maior, a sociedade. E que, tanto os objetivos pessoais de cada parceiro, como os da coletividade vão além dos objetivos particulares da empresa, que jamais pode sobrepor estes àqueles.

Quadro 1

### RELACIONAMENTO DA EMPRESA COM SEUS PARCEIROS

PARCEIROS	CONTRIBUIÇÕES	DEMANDAS BÁSICAS
Acionistas	– capital	– lucros e dividendos – prevenção do Patrimônio
Empregados	– mão-de-obra – criatividade – idéias	– salários justos – segurança no emprego – realização pessoal – condições de trabalho
Fornecedores	– mercadorias	– respeito aos contratos – negociação legal
Clientes	– dinheiro	– segurança e boa qualidade dos produtos – preço acessível – propaganda honesta
Concorrentes	– competição; referencial de mercado	– lealdade na concorrência
Governo	– suporte institucional, jurídico e político	– obediência às leis – pagamento de tributos
Grupos e movimentos	– aportes sócio-culturais diversos	– proteção ambiental – respeito aos direitos de minorias – respeito aos acordos salariais, etc.
Comunidade	– infra-estrutura	– respeito ao interesse comunitário – contribuição à melhoria da qualidade de vida na comunidade – conservação dos recursos naturais, etc.

Fonte: Duarte, 1986, p. 53.

Tradicionalmente, os empresários preocupam-se somente com o uso eficiente dos recursos a sua disposição para a produção de bens e serviços que os consumidores desejam, a preços que estejam dispostos a pagar, visando auferir lucros. Devido às mudanças ambientais ocorridas, eles começaram a perceber que é preciso tomar decisões de modo a equilibrar, com justiça, seus interesses e dos acionistas com os interesses dos clientes, dos fornecedores, dos empregados e da sociedade em geral. Começa-se discutir uma nova filosofia em relação às responsabilidades da empresa, a da RESPONSABILIDADE SOCIAL.

Conforme Andrews (1971) citado por Steiner & Miner (1981, p. 63), a responsabilidade social pode ser definida como:

*“a preocupação inteligente e objetiva com o bem-estar da sociedade, que restringe o comportamento individual e das empresas, impedindo-o de ter conseqüências últimas que sejam destrutivas, não importa quão lucrativo possa ser este comportamento em termos imediatos, e que faz com que a empresa contribua positivamente para o aperfeiçoamento humano, nos mais diversos sentidos em que este aperfeiçoamento possa ser definido”.*

Através dessa filosofia surge um novo conceito para a instituição empresarial, “a empresa cidadã” que procura atingir um alto nível de responsabilidade social, posicionando como pessoa jurídica com atributos de cidadania, interessando-se pelos problemas comunitários, prevenindo-os e dando sua contribuição para solucioná-los.

### 3 O BALANÇO SOCIAL

Como visto anteriormente, os acontecimentos no cenário político, econômico e social das últimas décadas, acarretaram em uma nova visão quanto ao papel da empresa. A essência da Responsabilidade Social que é a atuação da empresa junto a sociedade que a cerca, transformou-se em uma doutrina que deve ser seguida para garantir a sobrevivência da mesma.

No entanto não basta apenas agir, é preciso que o relacionamento da empresa com os seus parceiros seja baseado em um processo de comunicação e prestação de contas bem desenvolvido.

A Ciência Contábil encontrava-se, até então, imersa na concepção dominante da empresa auferir lucros para os acionistas (proprietários do capital), e ocupava-se, basicamente, com os instrumentos próprios de prestação de contas aos mesmos sobre o estado do patrimônio da empresa e as suas mutações. No entanto, ela precisou estruturar-se e responder às demandas de informações de cunho social necessárias para o bom relacionamento entre a empresa e seus parceiros e para a gestão empresarial. Assim surge o Balanço Social, constituindo-se no instrumento básico dessa postura socio-econômica assumida pela contabilidade.

De acordo com Tinoco (1984), O Balanço Social pode ser definido como um instrumento de gestão e de informação que visa reportar, da forma mais transparente possível (*full-disclosure*), informações econômicas, financeiras e sociais do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários da informação, dentre eles, os trabalhadores.

Esse demonstrativo é preparado pelas organizações públicas ou privadas para os seus diversos tipos de usuários, sistematizando informações sócio-econômicas sobre quatro pontos principais que baseiam a sua elaboração: relações trabalhistas, preservação e controle do meio ambiente, políticas externas e demonstração do valor adicionado.

#### 3.1 Objetivos do Balanço Social

O Balanço Social pode assumir diversos objetivos de acordo com o envolvimento da empresa na área social, podendo ser resumidos em:

- a) Instrumento de Diálogo e Comunicação: A empresa, quando assume as suas responsabilidades sociais, desenvolve um processo de comunicação contínua e permanente com os componentes da sua inter-relação interna e externa.
- b) Instrumento de Relações Públicas das Organizações: Uma publicidade positiva, usada pela empresa para divulgar os resultados efetivos no âmbito da sua ação social e não com a finalidade de persuadir a população, mostrando fatos isolados que pouca importância apresentam no conjunto das suas ações com os seus parceiros. O Balanço Social deve retratar o todo e não as partes.

- c) Instrumento de Gestão Social: De acordo com Taylor (1980), quando a empresa decide atuar no plano social empresarial porque compreende a importância que tem, o interesse humano vai acompanhar todas as suas ações. A análise, o planejamento e o controle da gestão social serão constantes. Dentro da entidade, originará um clima de mútua compreensão que facilitará bastante a comunicação e a publicidade superficial será substituída por um trabalho direcionado para fazer o Bem. Dessa forma, a empresa empregará a sua capacidade operativa no sentido de promover o bem-estar e a harmonia interna e na comunidade da qual faz parte.

### 3.2 Metodologias Diversas do Balanço Social

Apesar da preocupação com a avaliação do desempenho social da empresa ser recente, várias abordagens já foram sugeridas e vêm sendo pesquisadas por estudiosos e organizações de diferentes países. Duarte (1985), assim resume tais abordagens:

**“O Inventário social (Social Inventory)** – É uma abordagem que se detém nos limites do primeiro nível de medição. Consiste apenas de uma lista do que a empresa tem feito nos diversos domínios da responsabilidade social.

**O Relatório Social (Social Report)** – Um pouco mais sofisticado, consiste de uma exposição essencialmente verbal, focalizando os objetivos da empresa, as ações empreendidas e os resultados obtidos em cada setor de seu desenvolvimento social. Geralmente é enriquecido com dados estatísticos e eventuais informações sobre o montante dos dispêndios.

**A Contabilidade dos Recursos Humanos (Human Resources Accounting, Human Asset Accounting)** – É uma tentativa de se atribuir valores monetários ao talento e às capacidades humanas da empresa. Neste valor estão incluídos todos os dispêndios com recursos humanos: seleção, treinamento, aperfeiçoamento, melhoria de condições de trabalho e de condições de vida, etc. Tal pretensão tem sido criticada, principalmente pela dificuldade técnica da medição de fatores

*imponderáveis como a lealdade à empresa, o moral, etc.*

**O Relatório de Custos (Cost Inventory)** – Esta modalidade mais resumida de relatório social, limita-se a relacionar os dispêndios da empresa com atividades destinadas a atender às exigências de responsabilidade social.

**Abordagem do Valor Agregado (Value-added Statement)** – Este enfoque procura mostrar como o valor agregado, que se gerou na empresa, foi distribuído entre seus vários parceiros (acionistas, empregados, governo, comunidade, etc.).

**Balanço de Lucros e Perdas Sociais (Social Accounting)** – É uma abordagem mais sofisticada, que pretende avaliar e comparar os benefícios aportados à sociedade com os custos sociais decorrentes das atividades da empresa traduzindo, ambos, custos e benefícios, em termos monetários.”

### 3.3 Pontos Importantes do Balanço Social

O Balanço Social não possui uma estrutura rígida e as informações nele contidas podem ser tanto qualitativas quanto quantitativas ou contábeis. Apesar dessa flexibilidade é importante que os quatro pontos, descritos abaixo, sejam por ele abrangidos.

#### Relações Trabalhistas

A força de trabalho aliada aos recursos tecnológicos é a principal fonte de geração de riqueza de uma entidade. Por isso, é necessário que a empresa elabore a sua política de recursos humanos que contemple a melhoria física do ambiente de trabalho e a valorização dos empregados por meio dos programas de capacitação e participação.

A empresa, ao investir em compra de máquinas e equipamentos que facilitam o trabalho dos empregados e lhes dão segurança e ao desenvolver projetos que proporcionam o bem estar físico e mental deles e de suas famílias, está contribuindo para a criação de um ambiente salutar de trabalho, o que é bem visto não somente pelos empregados, como também pela sociedade em geral.

Outra estratégia que as empresas utilizam é a capacitação dos empregados que consiste em

lhes dar condições de adaptar-se às novas tecnologias e processos produtivos impostos pelas significativas mudanças ocorridas, principalmente, no ambiente econômico pela processo de globalização. Também, a participação dos empregados em programas desenvolvidos pela empresa, como participação nos lucros e resultados, objetivando a sua integração dentro da organização.

Assim, a empresa estará cuidando do recurso mais precioso da organização, os talentos humanos, e ao mesmo tempo cuidando da satisfação das necessidades pessoais dos empregados, refletindo-se fora e dentro das organizações. Por isso, as informações relativas às relações trabalhistas devem ser divulgadas de forma sistematizada para toda a sociedade, pois é um dos fortes elementos considerados na avaliação da atuação social da empresa.

#### Meio Ambiente

A degradação do meio ambiente constitui um dos grandes males da humanidade. A procura e o consumo de produtos dentro das normas ambientais vêm aumentando gradativamente, a sociedade está atenta aos métodos produtivos que as empresas utilizam, verificando o nível de poluição e degradação que estão causando, o que tem sido feito para reparar esses níveis e o empenho em procurar alternativas para a produção. Hoje, a tendência é que o conceito de valor para os clientes e investidores vá muito além de preços baixos, indo ao encontro de atender aos objetivos do desenvolvimento sustentável.

O Balanço social deve evidenciar o esforço da empresa em aplicar recursos, por exemplo, em ações como reflorestamento, despoluição dos rios, diminuição da emissão de gases poluentes, investimentos em pesquisas que visem o desenvolvimento de novas tecnologias e métodos produtivos menos poluentes, *etc.*

#### Políticas Externas

As empresas existem para facilitar o atendimento de determinadas necessidades da sociedade e porque esta lhe conferiu o poder para exercer tal função. Sendo assim, segundo a filosofia da Responsabilidade Social, é dever da empresa desenvolver políticas para auxiliar o meio social no qual está inserida, tais como incentivo à cultura, educação, lazer e saúde. Outra meta que necessariamente deve pertencer ao plano estraté-

gico da empresa é a qualidade dos produtos que oferece aos seus clientes, o que está intimamente relacionado com o nível de responsabilidade social nas relações trabalhistas e na questão do meio ambiente. Essas políticas são de grande relevância para a sociedade como um todo e devem ser expressas no Balanço Social.

#### Demonstração do Valor Adicionado

O valor adicionado representa um conceito econômico importante: a riqueza gerada. Nas empresas, ele pode ser conceituado como a diferença entre o valor bruto das vendas ou produção e os bens intermediários usados em determinado período.

O valor adicionado é utilizado na elaboração da Demonstração do Valor Adicionado (DVA), que está calcada em dois procedimentos básicos: definição da riqueza gerada pela empresa, que consiste na subtração das receitas de vendas ou do valor da produção, o custo dos materiais e serviços de terceiros, e a sua distribuição entre os diversos grupos que participam do processo produtivo, tais como: empregados, governo, financiadores externos, acionistas e sociedade em geral.

#### DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

##### CÁLCULO DO VALOR ADICIONADO

Receitas de Vendas  
 ( - ) Insumos adquiridos de terceiros  
 Matérias-primas, Embalagens e bens de consumo  
 Serviços de Terceiros  
 ( = ) VALOR ADICIONADO

##### DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO

##### PARTICIPAÇÃO DOS EMPREGADOS

- Salários
- Participação nos lucros e resultados

##### PARTICIPAÇÃO DO GOVERNO

- Impostos sobre Vendas
- Encargos Sociais da empresa
- Encargos Sociais do Empregado
- Provisão para o Imposto de Renda

##### PARTICIPAÇÃO DO CAPITAL EXTERNO

- Despesas Financeiras
- Aluguéis

##### PARTICIPAÇÃO DOS ACIONISTAS

- Dividendos Propostos

##### VALOR ADICIONADO RETIDO PARA INVESTIMENTOS

- Lucros Retidos
- Depreciação, Amortização e Exaustão

A DVA constitui-se numa importante peça contábil, pois abrange um número maior de usuários e tem diferentes utilizações para cada um.

Para o governo, poderá ser usada no cálculo do PIB e do PNB, como também para analisar o impacto tributário sobre os diversos setores econômicos e avaliar economicamente as empresas multinacionais.

Para os trabalhadores e sindicatos, a DVA evidencia a participação dos salários e outros benefícios em relação a riqueza gerada, podendo facilitar a verificação do cumprimento dos compromissos assumidos pela empresa com seus empregados.

Para os administradores da empresa, segundo Luca (1991), a DVA poderá ser utilizada como ferramenta gerencial, a partir da análise de relações, como: folha de pagamento/valor adicionado, valor adicionado/número de empregados, valor adicionado/vendas, lucro operacional/valor adicionado, *etc.*

Para os investidores e acionistas, a DVA evidencia os dividendos distribuídos e a remuneração dos investidores, além dos lucros retidos para o autofinanciamento, propiciando uma análise do desempenho da empresa.

Para a sociedade em geral, Luca (1991) afirma: A DVA permite a avaliação das condições do Estado em proporcionar benefícios para a comunidade com base no valor dos impostos apresentados, permite avaliar se a empresa está gerando riqueza para a comunidade onde está inserida e se ela preocupa com a proteção do meio ambiente e outros investimentos na comunidade.

Portanto, fica fácil perceber como é importante que tal demonstração, juntamente com as três áreas mencionadas – relações trabalhistas, meio ambiente e políticas externas – componha o Balanço Social., pois ela dá uma visão ampla sobre a capacidade da empresa de produzir riqueza e sobre como distribui a mesma riqueza entre seus diversos parceiros (dando a eles igual importância).

A tarefa de demonstrar a ação social da empresa com dados transparentes e mensuráveis não é fácil porque envolve conhecimentos diferenciados de áreas específicas. Para que o Balanço Social retrate com fidelidade a maneira como a empresa trata estrategicamente as questões sociais, o contador necessita da ajuda de vários

profissionais, como: ecologistas, engenheiros, administradores, profissionais de segurança do trabalho, assistentes sociais, *etc.*

### 3.4 Evolução do Balanço Social no Brasil

Estudos sobre demonstrações de cunho social, têm sido, nas duas últimas décadas, objeto de pesquisas acadêmicas e publicações no Brasil. Mas, foi nos três últimos anos que alguns jornais de grande circulação nacional começaram a divulgar matérias sobre o assunto, publicando artigos de Herbet de Souza (o "Betinho"), alertando o restante da sociedade para a importância da divulgação de informações sociais pelas empresas. Assim, novos artigos foram surgindo; ora questionando as idéias do sociólogo, ora reforçando-as ou mesmo levantando pontos polêmicos relacionados ao assunto como: a obrigatoriedade da divulgação do Balanço Social por todas as empresas, inclusive as limitadas e de capital fechado, a sua diferenciação para as empresas multinacionais, e sua abrangência às Instituições Públicas.

Aos poucos as empresas brasileiras estão assumindo a sua responsabilidade social, levando-a em consideração na sua gestão empresarial e também preocupando-se com os instrumentos para divulgação da sua atuação.

A inexistência de padrões estabelecidos de Balanço Social fez surgir várias formas de apresentação do desempenho da empresa na área social, variando desde algumas poucas linhas escritas até balanços bem elaborados, abordando vários aspectos da responsabilidade social.

Em relação aos avanços legislativos, pode-se citar o Anteprojeto formulado por uma comissão organizada pela CVM (Comissão de Valores Mobiliários) composta por representantes de órgãos vinculados à Contabilidade que altera a lei 6.404/76 (lei das Sociedades Anônimas), o qual prevê a obrigatoriedade da divulgação da DVA juntamente com outros demonstrativos contábeis.

Também pode ser citado o projeto de lei nº3116 de 1997 das deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling propondo a instituição do Balanço Social das empresas, possuindo como pontos principais: a obrigatoriedade da publicação do Balanço Social pelas empresas com mais de cem empregados e pelas empresas relacionadas à administração pública; a

divulgação de informações sobre vários aspectos das relações trabalhistas, sobre a preservação do meio-ambiente, investimentos na comunidade e valor dos tributos pagos ao Poder Público.

No mesmo ano de 1997, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) propôs um modelo de Balanço Social. Neste modelo dois pontos se destacam: a utilização do faturamento bruto, do lucro operacional e da folha de pagamento bruta da empresa como base de cálculo; e a divulgação de indicadores laborais, sociais e do corpo funcional.

Através desse breve retrospecto, pode-se perceber que vários segmentos da sociedade estão começando a despertar-se para a importância da divulgação de informações referentes a atuação social da empresa, como: acadêmicos, sociólogos, empresários, imprensa escrita, entidades civis e profissionais. Espera-se que o restante da população brasileira tome consciência sobre esta questão.

#### 4 PESQUISA DOCUMENTAL

A falta de padrões estabelecidos do Balanço Social pode levar à divulgação do desempenho social da empresa de forma variada, dependendo do nível de responsabilidade social, das diferenças estruturais de cada empresa e das políticas de comunicação com a sociedade. Por isso, fez-se necessário o desenvolvimento desta pesquisa documental para a visualização, em termos práticos e gerais, de como as empresas estão publicando as informações de cunho social.

A pesquisa foi centrada na observação e análise dos demonstrativos contábeis divulgados por trinta e oito empresas no jornal *Gazeta Mercantil* nos meses de março e abril de 1998 referentes ao exercício social do ano de 1997, que levaram às conclusões abaixo citadas:

- 1) Os demonstrativos de cunho social, na sua maioria, foram apresentados dentro do Relatório da Administração, com exceção de algumas empresas que os divulgaram dando destaque ao título "BALANÇO SOCIAL".
- 2) Foi comum encontrar informações esparsas sobre determinadas áreas da responsabilidade social de acordo com a abordagem do Inventário Social. O enfoque predominante foi sobre os recursos humanos, tentando tornar trans-

parente as relações trabalhista O meio ambiente e as contribuições à comunidade foram outros setores freqüentemente focalizados:

- 3) Outras empresas enfocaram as mesmas áreas da responsabilidade social, citadas acima, mas sob o prisma da abordagem do Relatório Social, destacando os objetivos, as ações empreendidas e os resultados obtidos.
- 4) A abordagem da Demonstração do Valor Adicionado foi usada com certa freqüência pelas empresas, em alguns casos sendo apresentado a distribuição do valor adicionado em forma de gráficos:
- 5) As empresas que publicaram demonstrativos sociais se prenderam apenas em informações qualitativas não utilizando abordagens que proporcionam a divulgação de informações quantitativas, as quais poderiam ser apresentadas em forma de gráficos e tabelas, facilitando a interpretação por parte dos usuários. No entanto, algumas empresas publicaram o Balanço Social de acordo com o modelo proposto pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM.
- 6) As companhias do setor energético e as siderúrgicas apresentaram balanços mais sofisticados, destacando-se das demais.

#### 5 CONCLUSÃO

Atualmente, o Brasil tem passado por sérias dificuldades econômicas e sociais agravadas com a recente crise financeira internacional. Percebe-se uma crescente diminuição da produção interna, aumento considerável do desemprego, redução do poder aquisitivo dos trabalhadores, concentração crescente da renda, causando o achatamento da classe média e aumento da criminalidade.

A criação de uma "empresa cidadã", com a sensibilização da classe empresarial quanto às suas responsabilidades sociais e participação objetiva na solução dos problemas atuais, é fundamental para a modificação substancial do quadro de exclusão sócio-econômica que persiste no país.

No entanto, não basta somente atuar. É preciso uma avaliação constante tanto pelos empresários quanto pela sociedade dos resultados da política social empreendida pela organização. O

Balanço Social apresenta-se como o instrumento capaz de tornar transparente as relações sociais internas e externas da empresa com os seus diversos parceiros, cada qual com suas especificidades.

A cultura nacional de submissão às condições impostas pelo sistema capitalista tem provocado um processo lento de adesão à divulgação do Balanço Social. Isso levou ao questionamento da instituição de sua obrigatoriedade ou não. Talvez a obrigatoriedade não seja o melhor caminho, pois a Responsabilidade Social fundamenta-se na aceitação consciente de cidadania. Só a pressão social obrigará as empresas publicarem o balanço, pois, da mesma forma que a sociedade lhes delega poderes, pode destituí-las através da sanção moral e ética.

No Brasil, algumas empresas têm divulgado o Balanço Social voluntariamente. Mas, às vezes, as informações são dirigidas a apenas alguns grupos de interesse, deixando outros carentes de informação. Talvez isso se deva à falta de "padronização" desse demonstrativo que tem trazido dificuldades para a sua elaboração, ou mesmo à falta de investimentos das empresas em determinados setores. O importante é que ele não seja considerado pelas empresas como uma peça de *marketing*, mas como uma demonstração responsável de seu envolvimento social.

À Contabilidade compete assumir o desafio de desenvolver instrumentos que demonstrem aos usuários informações úteis e claras sobre as responsabilidades assumidas pela empresa, de forma que possam tomar decisões eficientes e eficazes no âmbito social, como: os sindicatos negociarem com as empresas, o governo definir políticas de regulamentação tributária ou mesmo incentivo fiscal para as instituições que investem no social, os clientes escolherem os produtos que vão comprar, *etc.*

Esse desafio começa a ser solucionado quando as universidades e organismos representativos da classe contábil tiverem maior participação na discussão do tema, elaborando estudos e pesquisas sobre a qualidade das informações divulgadas em Balanço Social, detectando as dificuldades de evidenciação dos resultados da atuação social das empresas, formulando um modelo que atenda as reais necessidades dos usuários desse tipo de informação.

Outros pontos também devem ser abordados, como:

- o desenvolvimento de um instrumento capaz de avaliar o desempenho das empresas transnacionais no país;
- a criação de instrumentais próprios que basearão a divulgação dos resultados da administração pública, atendendo à necessidade de socialização da informação contábil.

Assim, parafraseando o professor Lopes Sá, estará sendo assumida a responsabilidade social da informação contábil.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRASIL. Anteprojeto que altera a lei das S.A. Cap. XV, art. 176, inciso V de 1996. Dispõe sobre a obrigatoriedade do divulgação da Demonstração do Valor Adicionado. [snt]
- Projeto de Lei nº 3.116 de 14-05-97. Cria o Balanço Social para as empresas que menciona e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 1997.
- DUARTE, G. D., DIAS, J. M. A. M. *Responsabilidade social: a empresa hoje*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1986.
- LUCA, M. M. M. *Demonstração do valor adicionado*. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP, 1991. (Dissertação, Mestrado em Contabilidade).
- STEINER, G. A., MINER, J. B. *Política e estratégia administrativa*. São Paulo: USP, 1981.
- TAYLOR, R. Balanço social – instrumental de avaliação de desempenho e correção do planejamento social na vida da empresa. In: GONÇALVES, E. L. (Org.). *Balanço social da empresa na América Latina*. São Paulo: Livraria Pioneira, 1980.
- TINOCO, J. E. P. *Balanço social: uma abordagem sócio-econômica da contabilidade*. São Paulo: Faculdade de Economia e Administração da USP, 1984. (Dissertação, Mestrado em Contabilidade).