

Balanço social: o caso das empresas juniores do Estado de Minas Gerais – transformando o tempo em qualidade de vida

Denise Carneiro dos Reis Bernardo¹
Geová José Madeira²

RESUMO

Atualmente, a mídia tem destacado as “empresas-cidadãs”, ou seja, empresas responsáveis socialmente. Todos os anos essas empresas publicam seus Balanços Sociais com o objetivo de prestar contas à sociedade e dar transparência dos seus projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos seus empregados, investidores, acionistas e à comunidade. A finalidade é estreitar os laços que a empresa mantém com a sociedade e o meio ambiente.

O objetivo deste trabalho foi elaborar um Balanço Social para empresas juniores visto que essas já prestam serviços sociais a vários tipos de entidades mostrando serem responsáveis socialmente. A diferença desse Balanço Social é o fato das empresas juniores não colaborarem com as instituições financeiramente mas prestando-lhes serviços. Para isso, foi definida uma maneira de mensurar financeiramente esses serviços. Foi elaborado, também, um modelo de banco de dados para abrigar as entidades que precisam de ajuda e as que se dispõem a ajudar.

O Balanço Social elaborado tem como parâmetro e fundamentação o modelo elaborado pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – Ibase pelo fato de ser simples e ter como objetivo ser adotado por um número cada vez maior de empresas juniores. A finalidade é que tanto o Balanço Social elaborado e o banco de dados sejam implantados nas empresas juniores do Estado de Minas Gerais.

Palavras-chave: Balanço social; Empresa júnior; Empresas-Avaliação financeira.

-
- 1 Graduanda em Ciências Contábeis e bolsista do Núcleo de Estudos de Controladoria do Departamento de Ciências Contábeis da FACE/UFMG.
 - 2 Professor Mestre do CIC/FACE/UFMG.

1 INTRODUÇÃO

O Balanço Social é um demonstrativo elaborado por algumas empresas e publicado anualmente que contém informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e sua forma de interação com a comunidade e meio ambiente. Esse demonstrativo é importante, pois o investidor tende a aplicar em empresas preocupadas com a ética e a transparência, partindo do pressuposto que os riscos são menores.

A idéia de elaborar um Balanço Social para empresas juniores surgiu do conhecimento dessas prestarem serviços sociais a entidades beneficentes como creches e ONGs. A pesquisa teve como objeto de estudo empresas juniores da UFMG, UNA e PUC Minas. É importante salientar que praticamente todas as empresas consultadas se dispuseram a realizar ou já realizam projetos sociais. A pesquisa foi feita com a utilização de material bibliográfico e eletrônico. Também foram aplicados questionários e analisados dados da UCJ – UFMG Consultoria Júnior da FACE/UFMG devido à facilidade de acesso.

O objetivo deste trabalho foi elaborar um Balanço Social para empresas juniores e um modelo de banco de dados para abrigar as entidades que precisam de ajuda e as que se dispõem a ajudar. A diferença desse Balanço Social é o fato das empresas juniores não colaborarem com as instituições financeiramente, mas prestando-lhes serviços. Para tanto, foi criada uma maneira de mensurar financeiramente esses serviços. O Balanço Social elaborado tem como parâmetro e fundamentação o modelo do Ibase pelo fato de ser simples e ter como objetivo ser adotado por um número cada vez maior de empresas juniores.

A monografia tem por filosofia a mensagem do sociólogo Herbert de Souza, o Betinho “Realizar o Balanço Social significa uma grande contribuição para consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática”. (SOUZA, 1997).

2 CONCEITO E DEFINIÇÃO

O Balanço Social é um demonstrativo que contém informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade publicado anualmente por algumas empresas.

No Brasil a elaboração anual de relatórios com informações de caráter social ganhou destaque quando o Betinho, começou uma campanha pela divulgação voluntária do Balanço Social.

A elaboração do Balanço Social é importante, pois agrega valor à empresa trazendo, assim, um diferencial para a sua imagem na medida em que é cada vez mais valorizado por investidores e consumidores em todo o mundo. O investidor tende a aplicar em empresas preocupadas com a ética e a transparência, partindo do pressuposto que os riscos são menores.

De acordo com Kroetz (2000, p. 68):

O Balanço Social, antes de ser uma demonstração endereçada à sociedade, é considerado um ferramenta gerencial, pois reunirá dados qualitativos e quantitativos sobre as políticas administrativas e sobre as relações entidades/ambiente, os quais poderão ser comparados e analisados de acordo com as necessidades dos usuários internos, servindo como instrumento de controle, e auxílio para a tomada de decisões e na adoção de estratégias.

Segundo o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – Ibase – os analistas de mercado e os órgãos de financiamento como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, o Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID e o *The International Finance Corporation* – IFC, já incluem o Balanço Social na lista dos documentos necessários para se conhecer, avaliar os riscos e as projeções de uma empresa. O Ibase também enfatiza a necessidade da elaboração do Balanço Social em um modelo único, pois acredita que a simplicidade garante o envolvimento maior de corporações. E, desse modo, é possível fazer uma avaliação adequada da função social da empresa ao longo dos anos.

Para estimular a participação, o instituto criou o Selo Balanço Social Ibase/Betinho para as empresas que publicam anualmente o Balanço Social no modelo sugerido pela organização. A empresa pode utilizar-se deste selo nos seus anúncios, embalagens e campanhas publicitárias

3 HISTÓRICO

De acordo com a literatura existente, desde o início do século XX registram-se manifestações clamando por maior responsabilidade social das empresas. Mas foi somente a partir dos anos 60 nos Estados Unidos da América e no início da década de 70 na Europa, em especial na França,

Alemanha e Inglaterra, que a sociedade começou a cobrança por maior responsabilidade social das empresas, daí a necessidade de divulgação dos chamados balanços ou relatórios sociais.

Segundo o Ibase, nos Estados Unidos e na Europa, na década de 60, o repúdio da população à guerra do Vietnã deu início a um boicote à aquisição de produtos e ações de algumas empresas ligadas ao conflito. A sociedade, então, começou a exigir uma postura ética diferente e várias empresas passaram a prestar contas de suas ações e objetivos sociais. A elaboração e divulgação anual desse tipo de relatório resultaram no que se chama hoje de Balanço Social.

Foi na década de 70 que difundiu-se na Europa o conceito de responsabilidade social. Em 1971 a companhia alemã STEAAG produziu uma espécie de relatório social das suas atividades. Porém, na França em 1972, a empresa SINGER publicou o que pode ser considerado o primeiro Balanço Social da história das empresas. Em 12 de julho de 1977, foi aprovada a Lei n. 77.769 nesse país que tornava obrigatória a realização de Balanços Sociais periódicos para as empresa com mais de 700 funcionários. Depois esse número foi reduzido para 300 funcionários.

Já no Brasil, segundo Torres (s. d.):

[...] os ventos desta mudança de mentalidade empresarial já podem ser notados na "Carta de Princípios de Dirigente Cristãos de Empresas" desde a sua publicação, em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil). Na década de 80, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) chegou a elaborar um modelo. Porém, só a partir do início dos anos 90 é que algumas empresas – muito poucas – passaram a levar a sério esta questão e divulgar sistematicamente em balanços e relatórios sociais as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários.

A empresa estatal Nitrofértil, situada na Bahia, foi a primeira empresa brasileira a fazer um documento do gênero que teve o nome de Balanço Social. Na mesma época, o Sistema Telebras estava fazendo o seu Balanço Social que foi publicado em meados da década de 80. O Banespa realizou o seu Balanço Social em 1992, compondo, também, a lista das empresas precursoras em Balanços Sociais no Brasil.

4 LEIS E PROJETOS

Existem no Brasil alguns projetos de lei no âmbito federal, estadual e municipal incentivando a realização do Balanço Social. São eles:

4.1 Federal

Projeto de Lei (PL) n. 3.116/97

Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares – PT/RJ e Sandra Starling – PT MG, apresentaram o Projeto de Lei n. 3.116/97, que tornava obrigatório o Balanço Social para todas as empresas públicas e para as empresas privadas com 100 ou mais empregados. Esse projeto foi arquivado, mas segundo informações retiradas do site do Ibase esse projeto de lei tramita atualmente na Câmara dos Deputados com o Deputado Paulo Rocha sob o n. 0032 de 1999.

De acordo com esse projeto

Balanço Social é o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante todo o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente (BALANÇO SOCIAL, [s. d.] a).

O diferencial do projeto é que ficam estabelecidas, também, penalidades para as empresas que fraudarem ou não atenderem o que está presente na lei. Essas empresas serão impedidas de participar de licitações e contratos da Administração Pública, de serem beneficiadas de incentivos fiscais e dos programas de créditos oficiais e estarão sujeitas a uma multa a ser definida pelo executivo.

O projeto foi bem elaborado, é interessante e firma-se em fortes justificativas. É o melhor da categoria no Brasil.

4.2 Estadual

Lei n. 11.440 de 18/01/2000

É um projeto de Lei sobre Responsabilidade Social do Deputado Estadual César Buzatto, no Rio Grande do Sul. Essa Lei institui o Balanço Social para empresas estabelecidas no Estado do Rio Grande do Sul, o qual deverá ser assinado por um contador ou Técnico em Contabilidade devidamente habilitado.

4.3 Municipal

Pela Resolução n. 005/98, no município de São Paulo, “cria o Dia e o Selo da Empresa Cidadã às empresas que apresentarem qualidade em seu Balanço Social e dá outras providências”. A autoria é da Vereadora Aldaiza Sposati. Esta resolução está em vigor e premiou diversas empresas na Cidade de São Paulo. No município de Santo André/SP, foi estabelecida uma Lei com o mesmo propósito.

No município de Porto Alegre/RS, João Pessoa/PB e Uberlândia/MG, também foram estabelecidas Leis de incentivo ao Balanço Social, com a distribuição de um selo às empresas que apresentarem-no.

5 A EMPRESA JÚNIOR

Em 1967, foi criado na França o Movimento empresa júnior, como resultado de um projeto do governo francês para promover a criação de novas empresas. A primeira empresa júnior foi fundada em Paris, na Universidade Essec de Administração.

A repercussão positiva em países como Itália, Espanha e Suíça serviu de impulso para que, em Julho de 1988, a Câmara de Comércio e Indústria franco-brasileira sugerisse a implantação de associação semelhante em universidades brasileiras. A Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas foi escolhida para iniciar a experiência no Brasil.

Atualmente, existem empresas juniores espalhadas por todo o Mundo. Na Europa, as empresas juniores estão organizadas em Confederações Nacionais e em uma associação continental denominada JADE (Junior Association for Development in Europe).

O Brasil é o país que possui maior número de empresas juniores. Estas se encontram organizadas em Federações Estaduais. Em Minas Gerais, a Federação das Empresas Juniores do Estado de Minas Gerais – FEJEMG é a entidade que representa as empresas juniores junto às universidades, empresas e entidades do Estado, facilita o intercâmbio de experiências e, principalmente, auxilia na qualificação e desenvolvimento das federadas.

6 DEFINIÇÃO E MISSÃO

A empresa júnior é uma *Associação Civil sem fins lucrativos*³ constituída por alunos de nível superior ou técnico com o intuito de aplicar a teoria ministrada em sala de aula, prestando serviços de consultoria e assessoria de qualidade, a um custo reduzido, para empresários, empreendedores e profissionais liberais. Estas atividades são desenvolvidas com o acompanhamento e a orientação de professores e profissionais especializados, promovendo assim, a excelência na preparação e no estímulo da formação profissional.

Uma empresa júnior pode ter caráter multidisciplinar. Nesse caso a empresa é constituída por alunos de dois ou mais cursos, trabalhando de forma conjunta na efetivação dos projetos. Nesta empresa são formadas equipes com o objetivo de promover a integração e a ampliação do conhecimento geral, o que sustentará a expansão da mesma.

Sua missão é contribuir para a formação e o crescimento profissional e humano dos seus membros, através da prestação de serviços dentro de suas respectivas áreas de atuação, promovendo uma maior integração entre a sociedade e as instituições de ensino, colaborando para o desenvolvimento de ambas.

7 OBJETIVOS

Em suma, os objetivos da empresa júnior são:

- a) proporcionar aos seus membros condições reais para a prática dos conhecimentos adquiridos em sala de aula;

3 Entidade constituída pela união de pessoas civis com o intuito de alcançarem um objetivo comum, excluindo a geração de lucro. As associações adquirem personalidade jurídica após a efetuação do registro de seus estatutos em cartório.

- b) promover e desenvolver a interação entre as instituições de ensino e a sociedade civil, tornando o conhecimento um bem mais acessível;
- c) valorizar os alunos, os professores e a instituição de ensino no âmbito da sociedade como um todo;
- d) prestar serviços de qualidade à sociedade, com acompanhamento e orientação de profissionais capacitados, contribuindo assim para o desenvolvimento da mesma;
- e) estimular o profissionalismo dos alunos, incentivando o espírito empreendedor, crítico, analítico e a consciência de sua responsabilidade para com a sociedade, tornando-os profissionais mais competentes e preparados para a realidade do mercado.

A empresa júnior tem por finalidade proporcionar a seus membros efetivos condições necessárias à aplicação prática de conhecimentos teóricos relativos à sua área de formação profissional com o objetivo de treiná-los para o exercício da futura profissão, sempre com respaldo técnico-profissional competente e colocar o seu membro no mercado de trabalho. Também realiza estudos e elabora diagnósticos e relatórios sobre assuntos específicos de sua área de atuação e assessora a implantação de soluções indicadas para os problemas diagnosticados.

É dado enfoque ao desenvolvimento do espírito empreendedor dos alunos membros.

8 RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS JUNIORES TRANSFORMANDO O TEMPO EM QUALIDADE DE VIDA

A idéia de elaborar um Balanço Social para empresas juniores surgiu do conhecimento dessas prestarem serviços sociais a entidades beneficentes como creches e ONGs. Para isso, foi elaborada uma monografia com o objetivo de apresentar os aspectos sociais das empresas juniores e a proposta de um Balanço Social para as mesmas. Também foi desenvolvido um modelo de banco de dados que conterà entidades carentes e entidades dispostas a ajudar. A pesquisa teve como objeto de estudo empresas juniores da UFMG, UNA e PUC Minas. É importante salientar que praticamente todas as empresas consultadas se dispuseram a realizar ou já realizam projetos sociais e aceitaram estabelecer até uma cota anual caso fosse necessário. A pesquisa foi feita através de questionários e análise de dados da UCJ – UFMG Consultoria Júnior da FACE/UFMG devido a facilidade de acesso.

A UCJ – UFMG Consultoria Júnior da FACE vem realizando várias ações no campo social. Essa relação surge do contato da entidade necessitada com a UCJ, geralmente através da indicação de um professor colaborador de alguma entidade ou de pessoas que já ouviram comentários do trabalho da Consultoria.

Para detectar o problema, os alunos visitam a instituição, entrevistam os diretores e analisam documentos. No caso de ONGs, geralmente o serviço solicitado é para reestruturação interna. Esta, por sua vez, pode ser de cargos e funções bem como da parte administrativa da instituição. Os projetos são realizados a custo praticamente zero visto que o contratante colabora apenas com os gastos de material e de vale transporte.

Quanto a colaboração financeira, uma das empresa juniores da UFMG comprou ingressos para a feijoada do Núcleo Assistencial Caminhos para Jesus e tentou estabelecer um trote solidário com a arrecadação de alimentos.

Já os alunos-consultores de outra realizaram em maio deste ano um seminário onde 40% do lucro líquido arrecadado foi doado para uma instituição que apóia crianças com câncer. Também, em torno de uma vez por mês, os consultores vão a esse lugar brincar e tocar violão.

De acordo com um dos alunos entrevistados, que realizou trabalho em uma ONG de Belo Horizonte,

O trabalho voluntário traz grande satisfação pessoal aos estudantes que o realizam, pois além de colocarem em prática a matéria estudada, aprendem a importância de exercer a cidadania (ARAÚJO, 2002).

9 NÚCLEO SOCIAL

A partir da elaboração de um plano de negócios classificado em primeiro lugar na categoria empresa júnior em um concurso realizado pelo Senac e pela Coordenadoria de Transferência e Inovação Tecnológica – CT & IT – no final de 2001, surgiu na UCJ – UFMG Consultoria Júnior da FACE a idéia de montar um Núcleo Social capaz de atender entidades que precisam de ajuda e entidades que estão dispostas a ajudar.

De acordo com seu atual presidente,

a empresa júnior oferece o que sabe fazer à sociedade. Nós podemos ajudar reestruturando creches,

ensinando meios para a entidade captar recursos, por exemplo, e não contribuindo financeiramente. Podemos ensiná-los a pescar o peixe ao invés de dá-lo (VIEIRA, 2002).

Um dos objetivos a UCJ é oferecer às empresas que contratam seus serviços a elaboração de um programa de responsabilidade social personalizado e gratuito. A intenção é colaborar para o desenvolvimento da consciência social do empresariado.

A criação de um núcleo social em todas as empresas juniores é importante na medida em que o aluno-consultor, desse modo, pratica os ensinamentos adquiridos, oferece um serviço de maior qualidade e desenvolve a sua consciência social, pois “os alunos de hoje serão diretores e gerentes de empresas amanhã, podendo ocupar cargos importantes nos mais diversos campos”, diz o presidente da UCJ. “Aqui, eles aprendem a importância do Balanço Social como a de se ter uma empresa cidadã”. Assim, a UCJ pretende conscientizar as empresas para as quais presta consultoria, mostrando a importância tanto humana quanto financeira de se ter um programa de responsabilidade social.

10 A MENSURAÇÃO DOS SERVIÇOS PRESTADOS E O BANCO DE DADOS

Para calcular o valor desses serviços, foi criado um método de mensuração através do número de horas investido em cada tarefa. O cálculo se dá através do número de horas investidas na ajuda a uma instituição multiplicada pelo valor mínimo da hora de um consultor do Sebrae⁴.

Foi elaborado, também, um modelo de banco de dados para abrigar as entidades que precisam de ajuda e as que se dispõem a ajudar. Nele é especificada a entidade, o serviço que presta, público-alvo, fomento, endereço, telefone e do que necessitam. O modelo feito no Access é de fácil utilização. Nele foram colocados dois botões: Entidades Necessitadas e *Colaboradores*. Clicando no botão *Entidades Necessitadas* surge o quadro a ser preenchido com as entidades que precisam de ajuda. O mesmo acontece quando se clica no botão *Colaboradores* mudando os campos a serem preenchidos. Cada empresa júnior terá um programa de banco de dados para poder escolher as entidades que poderá auxiliar bem como aquelas que poderá indicar para outras pessoas e entidades que desejam colaborar (Anexo).

4 Atualmente a hora mínima de consultoria do SEBRAE é R\$ 40,00.

11 CONCLUSÃO

Atualmente as empresas juniores são uma ferramenta importante tanto para o crescimento profissional e humano dos alunos como para a sociedade, no auxílio a micro, média e empresas de grande porte, bem como para entidades sem fins lucrativos.

Nesse tipo de associação, os alunos de nível superior ou técnico têm a oportunidade de aplicar a teoria ministrada em sala de aula, prestando serviços de consultoria e assessoria de qualidade, a um custo reduzido, sob a orientação de professores e profissionais. Dessa maneira, promovem uma maior integração entre a sociedade e as instituições de ensino, colaborando para o desenvolvimento de ambas. As empresas juniores têm responsabilidade social não só capacitando profissionalmente os alunos mas, também, contribuindo com a sociedade que fazem parte.

Para evidenciar melhor os serviços prestados pelas empresas juniores e como instrumento de auxílio gerencial das mesmas, foi criado um modelo de Balanço que contém dados como a identificação da empresa, tempo investido no auxílio a creches, ONGs e outras entidades, arrecadação de alimentos, agasalhos e outros, prêmios recebidos, indicação do nível de satisfação e confiança dos clientes, investimentos no meio ambiente, tecnologia, entre outros.

A diferença desse Balanço Social é o fato das empresas juniores não colaborarem com as instituições financeiramente mas prestando-lhes serviços. O Balanço Social elaborado tem como parâmetro e fundamentação o modelo elaborado pelo Ibase pelo fato de ser simples e ter como objetivo ser adotado por um número cada vez maior de empresas juniores.

Foi elaborado, também, um modelo de banco de dados para abrigar as entidades que precisam de ajuda e as que se dispõem a ajudar. Nele é especificada a entidade, o serviço que presta, público-alvo, fomento, endereço, telefone e do que necessitam. O modelo feito no *Access* é de fácil utilização. Cada empresa júnior terá um programa de banco de dados para poder escolher as entidades que poderá auxiliar bem como aquelas que poderá indicar para outras pessoas e entidades que desejam colaborar.

A monografia tem por filosofia a mensagem do Betinho “Realizar o Balanço Social significa uma grande contribuição para consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática”. E, com esse propósito, as empresas juniores não perdem tempo – o seu bem mensurável: transformam-no em atos que podem melhorar a qualidade de vida de muitas pessoas.

12 REFERÊNCIAS

- AMORIM, Anderson A., *O Balanço social e a empresa cidadã*. Rio de Janeiro: Trevisan – Auditores, 1998.
- ARAÚJO, Janaína Fatunato. [Entrevista concedida a Denise Carneiro dos Reis Bernardo em 2002]. Não publicada.
- BALANÇO SOCIAL. Projeto de Lei n. 3116 de 1997. [s. l.: s. d.]a. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>.
- BALANÇO SOCIAL. Resolução n. 004 de 1998. [s. l.: s. d.]b. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>.
- BALANÇO SOCIAL. Lei n. 8118 de 1998. [s. l.: s. d.]c. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>.
- BALANÇO SOCIAL. Lei n. 11440 de 18 de janeiro de 2000. [s. l.: s. d.]d. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>.
- BALANÇO SOCIAL. Lei n. 7672 de 18 de junho de 1998. [s. l.: s. d.]e. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>.
- BALANÇO SOCIAL. Resolução n. 005 de 1998. [s. l.: s. d.]f. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>.
- BALANÇO SOCIAL. Decreto n. 118 de 1999. [s. l.: s. d.]f. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>.
- BATISTA, Halcima Melo. Proposta de um modelo de balanço social a ser aplicado nas indústrias têxteis. *Pensar Contábil*, p. 39, ago./out. 2000.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. *Teoria da contabilidade*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto R. *Manual de contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades*. São Paulo: Atlas, 2000.
- KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. *Balanço social: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.
- MATHEWS, M. R. *Socially responsible accounting*. London: Chapman & Hall, 1994.
- SOUZA, Herbert José de. Empresa pública e cidadã. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 26 mar. 1997. p. 1. 3.

TINOCO, José Eduardo Prudêncio. *Balanço social: uma abordagem sócio-econômico da contabilidade*. 1984. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo.

TORRES, Ciro. *Um pouco da história do Balanço Social*. [s. d.] Disponível em <<<http://www.balancosocial.org.br>>>.

VIEIRA, Gabriel Braga. [Entrevista concedida a Denise Carneiro dos Reis Bernardo em 2002]. Não publicada.

www.balancosocial.org.br

www.ibase.org.br

www.ipea.gov.br

www.fides.org.br

www.ucj.com.br

www.balancosocial.org.br

Anexo – Balanço Social Anual – Ano X

1) Apresentação da Entidade						
Razão/denominação social:						
Endereço:						
CCC:						
1.1 – Informações endógenas						
Missão						
Filosofia/ Valores						
Áreas de negócios						
1.2 – Informações exógenas						
Regiões de atuação						
Outros dados relevantes						
Dados financeiros	Ano XI		Ano X2			
	Quantidade	Valor (R\$)	Quantidade	Valor (R\$)	Quantidade	Valor (R\$)
T. Serviços remunerados						
T. Serviços doados						
TOTAL						
% TOTAL/ T. Serviços doados						
2) Indicadores sociais internos	Horas	% horas / h. serviços prestados	Valor (R\$)	Horas	% horas / h. serviços prestados	Valor (R\$)
Seguro de vida						
Capacitação e desenvolvimento profissional/ cultura/ educação						
Outros						
Total – Indicadores Sociais Internos						
3) Indicadores Sociais Externos						
Educação/ cultura						
Esporte/ Lazer e diversão						
Creches						
Doativos a instituições de solidariedade						
Relação com os clientes – investimentos						
Prêmios recebidos						
Indicadores do nível de satisfação – Grau de confiança dos clientes						
Outros						
Total – Indicadores Sociais Externos						

4) Indicadores Ambientais						
Relacionados com a operação da empresa						
Em Programas e/ou Projetos externos						
Total dos Investimentos em Meio Ambiente						
5) Indicadores do Corpo Funcional						
N. de estagiários e trainees ao final do período						
N. de admissões durante o período						
N. de serviços terceirizados						
N. de mulheres que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por mulheres						
N. de negros que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por negros						
N. de empregados portadores de deficiência						
6) Informações Relevantes quanto ao exercício da Cidadania Empresarial						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos	<input type="checkbox"/> pela direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> pela direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados
A missão e filosofia da empresa foram definidos:	<input type="checkbox"/> pela direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> pela direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados
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 são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos
7) Outras Informações						
Investimentos em tecnologia						
Outras						

Instruções para o preenchimento	
Realização	Este Balanço Social (BS) deve apresentar os projetos e as ações sociais e ambientais efetivamente realizados pela empresa.
Divulgação	Este BS deve ser apresentado como complemento em outros tipos de demonstrações financeiras e socioambientais, publicado isoladamente e divulgado entre os alunos, professores e funcionários da unidade em que a Empresa Júnior se encontra. Pode ser acompanhado de outros itens e de informações qualitativas (textos e fotos) que a empresa julgue necessários.
1) Dados financeiros	
T. serviços remunerados	Quantidade total de serviços remunerados prestados, somatório dos valores dos serviços.
T. serviços doados	Quantidade total de serviços doados, somatório dos valores dos serviços (hora de cada serviço x hora do SEBRAE) ¹ .
TOTAL	Somatório de cada coluna.
% TOTAL/T. Serviços doados	A divisão do TOTAL pelo T. de Serviços doados resultará na porcentagem de serviços doados pela empresa sob o total de serviços prestados no ano.
2) Indicadores Sociais Internos	
Seguro de vida	Somatório de todos os seguros de vida dos membros da Empresa Júnior
Capacitação e desenvolvimento profissional/cultura/educação	Recursos investidos em treinamentos, cursos, estágios e investimentos voltados especificamente para capacitação relacionada com as atividades desenvolvidas pelos alunos-membros, investimentos em manifestações artísticas e culturais (música teatro, cinema, literatura e outras artes), investimento em reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, biblioteca e investimentos em educação em geral.
Outros	Transporte e outros benefícios oferecidos aos estagiários podem ser enumerados aqui.

3) Indicadores sociais externos	
Educação/cultura/esporte/lazer e diversão	Investimentos nessas áreas doados à comunidade calculando o investimento como já citado.
Relação com os clientes – investimentos	Investimentos em pesquisas, cursos ou outros que visam a melhorar a relação com o cliente.
Prêmios recebidos	Horas investidas na elaboração do trabalho premiado e o valor do prêmio.
Indicadores do nível de satisfação – grau de confiança dos clientes	Investimentos em pesquisas, cursos e outros que visam a melhorar a relação com o cliente.
4) Indicadores ambientais	
Relacionados com a operação da empresa	Investimentos em programas de educação ambiental para os membros como palestras e com a organização e sistema de coleta de lixo na empresa, reutilização do papel e utilização de material reciclado.
Em Programas e/ou projetos externos	Campanhas ambientais, educação para a comunidade em geral.
5) Outras informações	
Outras	Este campo está disponível para a Empresa Júnior acrescentar outras informações.

Nota: (1) Atualmente a hora mínima de consultoria do SEBRAE é R\$ 40,00

Anexo

Modelo de Banco de Dados para Empresa Júnior

