

O balanço Social e sua importância no contexto das organizações

RESUMO

Este artigo apresenta a utilização por parte das empresas do balanço social, mostra como pode ser feita a divulgação, os benefícios para a imagem da empresa e apresenta também um modelo de balanço social divulgado por uma empresa da região sul-fluminense.

Palavra-Chave: Responsabilidade Social. Balanço Social. Empresa.

1. INTRODUÇÃO

A responsabilidade social da empresa é a extensão do papel empresarial, além de seus objetivos econômicos. Seus defensores argumentam que as organizações têm amplo espectro de responsabilidades que vai além da produção de bens e serviços para obtenção de lucro.

A conceituação de responsabilidade social corporativa já teve várias nuances, na citação a seguir pode-se evidenciá-las. OLIVEIRA (1984) observou que para uns, é tomada como uma responsabilidade legal ou obrigação social; para outros, é o comportamento socialmente responsável em que se observa a ética, e para outros ainda, não passa de contribuições de caridade que a empresa deve fazer. Há também os que admitem que a responsabilidade social seja, exclusivamente, a responsabilidade de pagar bem aos empregados e dar-lhes bom tratamento. Logicamente, responsabilidade social das empresas é tudo isto, muito embora não sejam somente estes itens isoladamente.

A responsabilidade social corporativa está devidamente voltada para as questões morais e éticas que envolvem as políticas praticadas pela organização. Uma empresa passa a ser considerada se cumprir com todas as suas políticas sócias implementadas e também ao adotar uma visão estratégica de negócios transparente e honesta com todos aqueles que possuem algum tipo de relacionamento direto com a mesma, isto é, pode ser um colaborador, um cliente ou fornecedor a maneira de tratamento e relacionamento deve ser a mesma.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Segundo ALMEIDA (1999) a responsabilidade é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

No Brasil, as empresas têm discutido formas de atuar com responsabilidade social e como divulgar esta atuação a partir da década de 60. Os países desenvolvidos já têm uma forma de divulgação destas informações, que se dá através do Balanço Social. Isso remete à necessidade de conhecer o que vem a ser o Balanço Social.

Para SUCUPIRA (1999), o Balanço Social é um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas a seus

empregados e à comunidade onde está inserida. Através dele a empresa mostra o que faz pelos seus empregados, dependentes e pela população que recebe sua influência direta.

Uma importante instituição não-governamental que demonstra quantitativamente e qualitativamente o papel social desempenhado pelas empresas com transparência e colaboração em busca do desenvolvimento sustentável do planeta é o Ibase, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, que em parceria com diversos representantes de empresas públicas e privadas desenvolveu um padrão para que todas as empresas divulguem seu balanço social.

Para estimular a participação da maioria das empresas, o Ibase lançou o selo balanço social Ibase/Betinho, este selo é conferido a todas as empresas que tornam públicos seu balanço social dentro da metodologia e critérios propostos, certificando-as de empresas cidadãs, comprometidas com a qualidade de vida dos funcionários, comunidade e meio ambiente.

Outra organização que desenvolve o mesmo papel é o GRI – Global Reporting Initiative, organização não governamental internacional, que traça diretrizes que são utilizadas pelas maiores empresas do mundo, facilitando a comparação entre os dados e informações apresentados. O número de empresas preocupadas com o social e que publicam seus orçamentos tem crescido bastante.

No balanço social a empresa mostra o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos. Ou seja, sua função principal é tornar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

O balanço social é uma ferramenta que, quando construída por múltiplos profissionais, tem a capacidade de explicitar e medir a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta.

2. 2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E O BALANÇO SOCIAL

Algumas organizações vão além das disposições legais ao reagirem a demandas ou preocupações específicas numa base discricionária, isto é, os valores além dos interesses econômicos da organização de melhorar o bem-estar social global. Por fim, algumas organizações abraçam muitas responsabilidades sociais como parte de suas filosofias éticas.

Essas empresas seguem a perspectiva universalista de que certos valores devem ser apoiados independentemente de seus efeitos em outros valores, como os interesses econômicos.

Os valores da organização, assim como as suas devidas expectativas devem priorizar a transparência nos relacionamentos e também deve levar em conta a constante avaliação do seu desempenho quanto ao cumprimento de suas responsabilidades assumidas, objetivando uma imagem de empresa cidadã.

A organização, não pode deixar de lado a prática de ações de cidadania. A responsabilidade assumida com a comunidade deve referir-se às expectativas básicas da organização quanto à ética nos negócios, preservação do meio ambiente e dos recursos naturais e da saúde pública.

O balanço social tem objetivo de demonstrar os custos sociais, os fatores que a sociedade colocou ao serviço da empresa e avaliar os resultados obtidos. A empresa tem

responsabilidade pela administração de todos esses recursos, ambientais, sociais, humanos. Parte-se do princípio que a empresa tem que prestar contas à sociedade.

Neste sentido, não será suficiente olhar apenas para dentro da empresa e relacionar o Balanço Social apenas com funcionários desta. O meio ambiente, visto como recurso à disposição da empresa, é fator de prestação de contas, de balanço. Mas são também motivos de prestação de contas o relacionamento da empresa com seus diversos envolvidos: clientes, fornecedores, governo, sociedade, acionistas, empregados.

2. 3 BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social pode e deve ser visto também como um instrumento de gestão. O grande desafio é pensar no Balanço Social como instrumento de gerenciamento da qualidade da relação que a empresa mantém com públicos que são chaves para o sucesso e desenvolvimento desta. Precisa-se construir relações de qualidade, e a dificuldade consiste em medir a qualidade de relação. Medir qualidade de processo é fácil. Mas qualidade de relação é um desafio maior para as empresas.

É importante que o Balanço Social seja publicado e crie um reflexo na sociedade. Para tanto, uma legislação adequada poderá vir a ser importante. Mas não se trata mais de medir apenas ações filantrópicas e de doação; é preciso que reflita as condições de participação e de convívio social criadas pela empresa.

Criar a possibilidade de que os acionistas possam sentir e despertar em si, o quão importante é a responsabilidade social. Demonstrar aos acionistas de que forma realmente a empresa chegou a um resultado positivo no final de determinado exercício, se de forma responsável e socialmente correta, ou passando por cima dos preceitos básicos de harmonia com a sociedade.

A busca de uma estratégia social e a efetiva implantação de um instrumento de medida do sucesso dessa estratégia, através do Balanço Social, poderá criar como um segundo produto, uma imagem positiva: uma reputação social para a empresa. Infelizmente existem empresários que publicam o Balanço Social, sem nada ter a demonstrar. Buscam apenas a imagem, que segundo se imagina, possa representar uma vantagem competitiva.

Transformar o balanço social apenas numa peça de Marketing, pode ser deverás perigoso para a saúde da empresa, que pode até mesmo cair no descrédito da sociedade e de seus consumidores. Além de instrumento para melhor viabilizar a participação de todos na gestão da empresa, ele permite também que todos os empregados tenham conhecimento dos efeitos sociais gerados pela empresa.

O Balanço Social é um precioso instrumento de auto avaliação da empresa, em termos de verificar o grau de adequação da estratégia da empresa aos novos paradigmas de comportamento empresarial na sociedade. Se o empresário não se adaptar a isso ele pode acabar por desaparecer. Trata-se de levar em conta o social, não como um ato de bondade filantrópica, mas como uma estratégia de sobrevivência. Bons funcionários querem trabalhar em empresas que tenham responsabilidade em todos os aspectos.

Não se trata apenas de prestar contas à sociedade de hoje: temos que prestar contas é para o futuro. Os empresários estão mudando, há líderes com propostas completamente diferentes, gerando empresas de grande sucesso. O Balanço Social ajuda estes novos líderes a melhor gerenciar estas propostas, transformando-as em realidade.

Conceitualmente, pode-se dizer que Balanço Social é o nome dado à publicação de um conjunto de informações e de indicadores dos investimentos e das ações realizadas pelas

empresas no cumprimento de sua função social junto aos seus funcionários, ao governo e às comunidades com que interagem direta e indiretamente.

Assim sendo, o Balanço Social tem por finalidade conferir maior transparência e visibilidade às informações que interessam não apenas aos acionistas das empresas, mas além destes aos empregados, investidores, consumidores e a comunidade.

Independente de sua aceitação como alternativa válida para medir o valor da ação social da empresa, o balanço social já tem definida sua própria identidade, como um conjunto de dados estatísticos básicos. Contribui para orientar a tomada de decisões em programas setoriais, motivando a alocação de recursos da empresa para aplicação no social.

O conhecimento mais transparente de certos índices da empresa, como número de acidentes de trabalho, nível de escolaridade, grau de rotatividade de empregados, entre outros, pode ser muito útil, para que a empresa possa planejar melhor quais ações tomar, mas não para por aí. O conhecimento destes índices, e sua divulgação para a sociedade, ajudarão com certeza na imagem da empresa perante esta sociedade.

O balanço social é uma forma de dar conhecimento a sociedade das ações empresariais. Esse conhecimento pode ocorrer mediante a divulgação de informações em forma de indicadores, que evidenciem ações da empresa em prol dos empregados e da comunidade em geral.

CARNEIRO (1994) em estudo sobre o balanço social, afirma que o balanço social surgiu para atender às necessidades de informação dos usuários da Contabilidade no campo social. É um instrumento de medida que permite verificar a situação da empresa também no campo social, registrar as realizações efetuadas neste campo e principalmente avaliar as relações ocorridas entre o resultado da empresa e a sociedade.

Cada vez mais precisa haver uma interligação entre a sociedade, empresa e demais interessados na saúde, não somente financeira, mas também social da empresa. O balanço social tem justamente a finalidade de ajudar a esclarecer e dar transparência para as atitudes da empresa. Há um ditado popular que diz: "que não deve não teme". No caso do balanço social ele se enquadra perfeitamente. Empresas socialmente corretas, não devem e não terão resquícios em abrir a realidade de seus atos e práticas administrativas. O balanço social apenas irá ajudar a demonstrar tudo o que as empresas vem fazendo.

Em tempos de globalização acentuada, outro aspecto importante do balanço social é a promoção da empresa para quem não a conhece. Com o rompimento da barreira da distância, devido às novas tecnologias, ficam evidentes as possibilidades de negócio com países antes não concebidos dentro dos planos da empresa.

Um balanço social ao ser publicado reflete operações empresariais desenvolvidas em função de um plano estratégico, tático e operacional formulado com a participação da organização e por ela administrado durante todo o período. Objetivos, inclusive sociais, foram traçados. Metas foram negociadas e fixadas. Situações imprevistas ocorreram. Rumos foram corrigidos. Finalmente desta somatória complexa de ações empresariais, resulta o balanço.

Segundo GONÇALVES (1980) é recomendável que as empresas, que por primeira vez decidem efetuar um Balanço Social, não o publiquem. Podem e devem fazê-lo com a participação do pessoal, porém deve ficar perfeitamente claro que é um instrumento interno.

Um balanço social poderá refletir de forma criativa este mesmo processo num demonstrativo social, sem uma rigidez pré - determinada, mas com itens que permitam uma demonstração qualificada das ações sociais desenvolvidas pela organização.

Deve-se levar em conta o conceito de que o Balanço Social não deve ser necessariamente parecido com o Balanço Patrimonial da empresa, visto que a economia e o patrimônio financeiro estão baseados principalmente na matemática, que é uma ciência exata. Já o social, apóia-se em outras áreas da ciência, como a humana, já que é de indivíduos que a sociedade é formada.

A empresa não é apenas uma realidade econômica, mas também uma realidade humana, não se resume em estoques, em lucros líquidos do exercício e tantos outros termos aos quais se está acostumado. Por trás de toda esta estrutura fria existe o lado humano que é o verdadeiro gerador de divisas.

2. 4 AUDITORIA DO BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social é uma demonstração da relação existente entre a empresa, seus colaboradores, o governo, investidores e a sociedade global. Portanto, é de interesse social e estratégico, que tal demonstração explique a realidade dos acontecimentos passados.

No entanto, não basta que o Balanço Social mensure os fatos passados, ele deve ser tomado como base, para planejamentos, tanto de cunho administrativo financeiro, de ações sociais, e de distribuição de divisas, para exercícios futuros.

Para que tal objetivo seja alcançado, para que se possa executar planejamentos e estudo de metas e objetivos, são, portanto imprescindível que o Balanço Social seja uma demonstração real dos fatos acontecidos dentro da organização, e não apenas uma máscara, com objetivo de satisfazer uma necessidade social ou política, esta segunda, referindo-se a obrigatoriedade ou não de tal demonstração.

Frente aos fatos, urge então uma dúvida, de que forma fazer uma auditoria em tal demonstração, visto que diferentemente do que acontece com o Balanço Patrimonial, não existe um modelo aprovado de Balanço Social, um modelo que mensure todas as informações de todos os segmentos.

Segundo COOK apud KROETZ (2000), a auditoria é o estudo e avaliação sistemáticos de transações, procedimentos, operações e das demonstrações financeiras – acrescenta-se sociais e ecológicas (Balanço Social) –resultantes. Sua finalidade é determinar o grau de observância dos critérios estabelecidos e emitir um parecer (relatório de opinião e recomendações, no caso do Balanço Social) sobre o assunto.

A auditoria é um estudo, uma avaliação de determinado fato, ação ou demonstração. No entanto a auditoria no Balanço Social converge-se mais em uma avaliação com o objetivo de emissão de opinião, sob os dados apresentados. Trata-se mais de uma análise informal, com o objetivo de mensurar tanto sob os dados apresentados, como sua forma de apresentação, ao mesmo tempo em que deve medir qualitativamente e quantitativamente tais dados.

2.5 OBRIGATORIEDADE DO BALANÇO SOCIAL

Tornar ou não obrigatório o Balanço Social? Esta é uma questão que merece destaque e atenção da sociedade e de estudiosos.

As empresas estão se tornando conscientes, e dentro desta consciência estão começando a divulgar e elaborar modelos de Balanço Social. Com a obrigatoriedade da apresentação ao término do exercício, estaria se tornando esta demonstração apenas mais um formulário a ser entregue ao governo, com modelo e itens pré estabelecidos.

No momento em que a empresa, assume um papel passivo na execução do balanço social, sendo uma mera prestadora de informações preestabelecidas, o governo corre o risco de estar contribuindo para que a empresa venha a expressar a inverdade, sobre os fatos, apenas para satisfazer uma norma legal.

Uma forma menos coercitiva de fazer com que a empresa exerça seu papel social é a criação de certificados e prêmios por serviços prestados à comunidade. Algo ligado a uma entidade não governamental, ou até mesmo governamental, desde que sem a interferência direta do governo como determinador de normas e preceitos. É sabido, que os consumidores estão mais conscientes e a situação no Brasil não é diferente a de outros países. Na medida em que estes certificados comecem a ser exigidos pelos cidadãos, as empresas "obrigatoriamente" terão que adaptar-se e mostrar resultados reais, e não apenas mostrar dados que agradem o governo.

Elaborar o balanço social é um estímulo à reflexão sobre as ações das empresas no campo social. O Balanço Social estimulará o controle social sobre o uso dos incentivos fiscais ou outros mecanismos de compreensão de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de políticas de recursos humanos e servirá como parâmetro de ações dos diferentes setores e instância da empresa, nos campos das políticas sociais.

Tornar o Balanço Social obrigatório seria uma forma, mesmo que inconsciente, de tirar sua importância como meio de espontaneidade da empresa. Seria uma maneira encontrada pelo governo, para burocratizar o sistema, sem levar em consideração a importância como instrumento social e de divulgação a sociedade e demais interessados.

VIEIRA FILHO (1999) em seu trabalho Uma metodologia para a elaboração do Balanço Social da Eletronorte, destaca que a divulgação do Balanço Social não é uma obrigação legal, mas sua publicação tem sido adotada por um grande número de empresas interessadas na demonstração, para toda a sociedade, de que elas estão preocupadas com a responsabilidade social corporativa e meio ambiente.

2.6 O MODELO DE BALANÇO SOCIAL

Primeiramente, é preciso definir quais são as informações essenciais e relevantes à elaboração de um Balanço Social. Deve-se buscar demonstrar, tudo aquilo que é intrínseco, porém não nítido à sociedade. Tem-se que se ter em mente, o ponto chave de que a sociedade é leiga, e o sendo, não tem obrigação de conhecer ou entender terminologias técnicas próprias da classe contábil.

Não se pode deixar que o Balanço Social deixe de ser um instrumento gerencial social, para um fator de distanciamento entre empresa, sociedade, colaboradores e governo. Explicitar informações o mais claro possível é primordial para a aceitação e correta utilização deste instrumento revolucionário do gerenciamento.

GRZYBOWSKI (2003) afirma que o Balanço Social não é apenas um documento institucional, mas deve ser visto como algo necessário e legítimo, pois é uma demonstração de que a questão social tem sido tratada como uma questão estratégica e vital pela empresa.

Um Balanço Social não deve ser uma peça publicitária, conseqüentemente deve expressar informações condizentes e claras. Deve o gestor, procurar distinguir investimentos econômicos da empresa no social, daqueles obrigatórios por lei ou por contratos e acordos coletivos.

Definir um modelo para esta demonstração, ou escolher indicadores de controle e análise para ela, deve ser uma tarefa definida de maneira participativa, com representantes de

todos os níveis da empresa, e não apenas pela alta diretoria. Indicadores que reflitam o desempenho da empresa no campo humano e social são essenciais para dar maior credibilidade ao Balanço Social, assim como a indicação do grau de satisfação dos empregados.

O mais importante é fazer o uso correto do Balanço Social no sentido estratégico do planejamento organizacional. Deve-se tomar por base o resultado de um período e sua variação, para objetivar metas para os próximos exercícios.

Um aspecto comum entre os diferentes tipos de Balanço Social é o destaque para as seguintes informações:

- Faturamento e lucro;
- Número de empregados e folha de pagamento;
- Valores gastos com tributos e outros encargos sociais;
- Despesas com alimentação do quadro funcional;
- Treinamento e qualificação profissional;
- Saúde e segurança do trabalhador;
- Especificação de benefícios concedidos;
- Investimentos em meio ambiente;
- Investimentos e doações para a comunidade, entre outras formas de participação na vida da sociedade.

Levando-se em consideração estes fatos, define-se a seguir quais são as informações essenciais que deve conter um modelo de Balanço Social que abranja um grande número de segmentos empresariais.

Não basta que o Balanço Social, assim como faz o Patrimonial, apenas demonstre fatos passados, os quais são história. Devem estes fatos, servir de base para projeções e geração de metas e estratégias para o alcance destas.

Na região sul fluminense pode-se citar a Saint Gobain, localizada em Barra Mansa e em outras cidades do país, disponibiliza seu balanço social na página da web do Ibase., Conforme anexo I Segue abaixo o balanço social de 2006:

Saber que a empresa esta com um alto índice de acidentes de trabalho, o qual vem aumentando ano a ano, não basta, é preciso que se mensure tal informação com o intuito de buscar ações que reduzam este quadro. Isto apenas ilustra a necessidade de que o Balanço Social não seja tido como prestação de contas apenas. Deve sim, este ser visto como uma forma da empresa mostrar principalmente a sociedade, o quão necessária é para a mesma.

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho constou de pesquisa bibliográfica e de campo, sobre o balanço social e suas importância no contexto das organizações atuais.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para ter uma visão do conhecimento desse assunto nos dias atuais, foi realizada uma pesquisa com coleta de dados com cento e doze alunos do curso de Administração da Faculdade Dom Bosco nos dias 03 e 02 de agosto de 2009. O objetivo desta pesquisa é analisar o conhecimento da população sobre Responsabilidade Social Corporativa e Balanço Social.

Resultado da Pesquisa:

1. Você sabe o que é balanço social (Gráfico 1)?

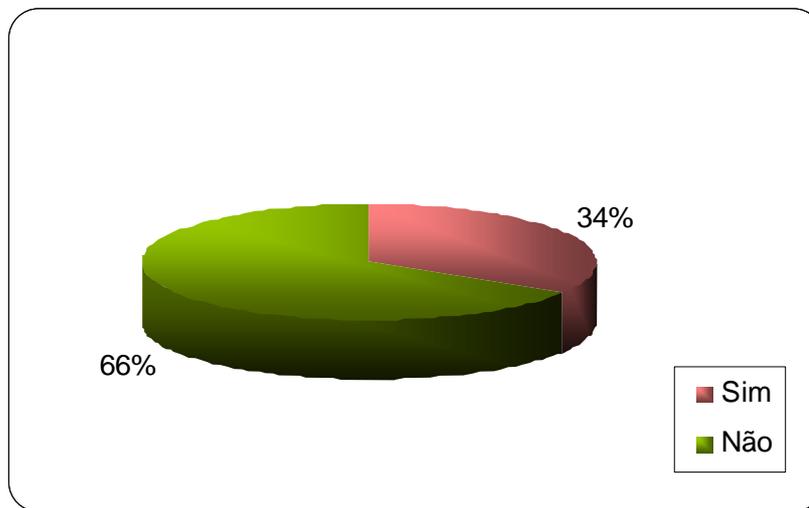


Gráfico 1

2. Você conhece alguma empresa que publica o balanço social (Gráfico 2)?

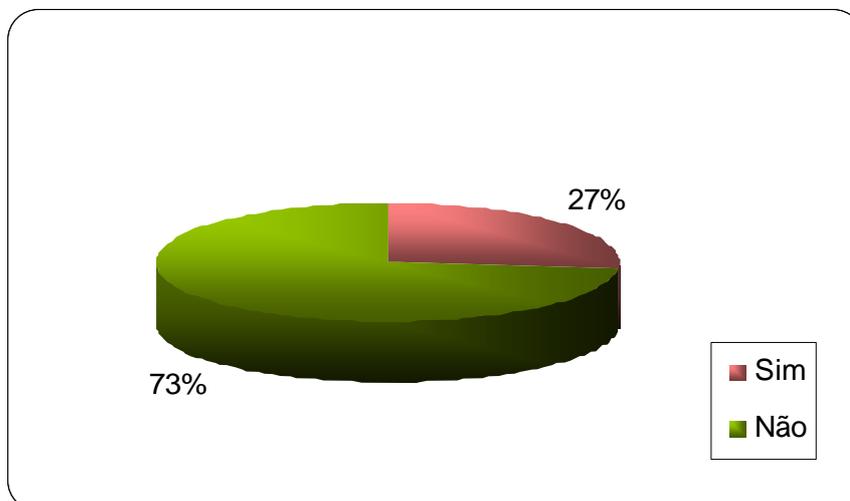


Gráfico 2

3. O que você valoriza em uma empresa que pratica a Responsabilidade Social Corporativa (Gráfico 3)?

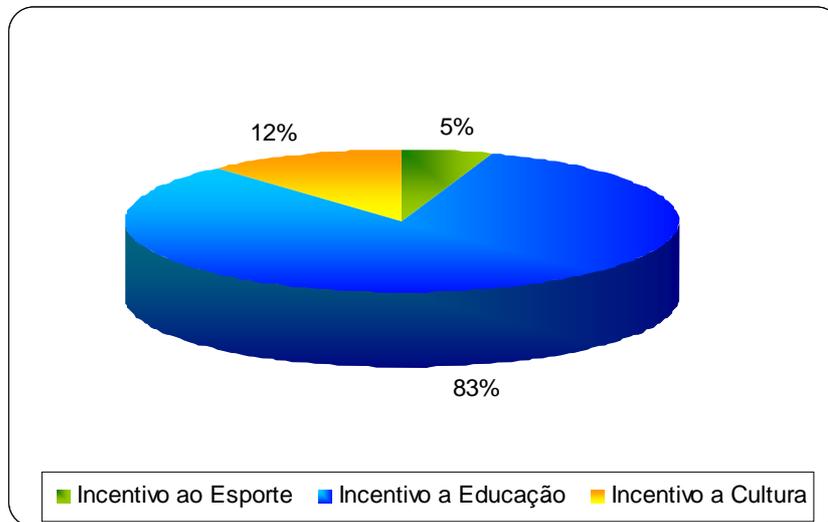


Gráfico 3

4. Cite uma empresa que faz uso da responsabilidade social corporativa (Gráfico 4).

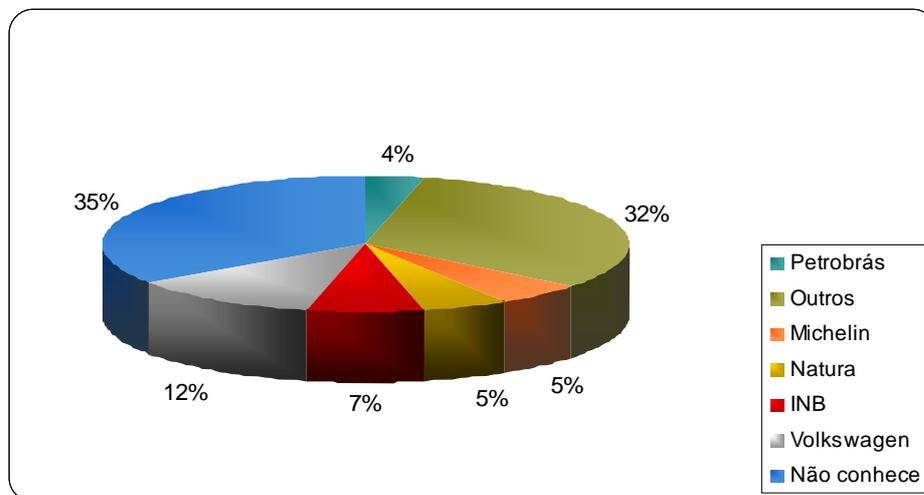


Gráfico 4

Após a análise desta pesquisa é possível verificar como ainda não está totalmente sólido junto à população o conceito de balanço social. A sociedade sabe o que é responsabilidade social, mas o conceito de balanço social ainda é restrito às organizações.

5. CONCLUSÃO

O Balanço Social vem ganhando cada vez mais importância, dentro e fora das organizações. Empresários, governo, colaboradores e usuários dos serviços e produtos comercializados ou fabricados pelas mais variadas empresas, os quais representam os grupos sociais, vêm mesmo que inconscientemente, punindo, mas, principalmente exigindo que estas empresas mantenham uma postura social, ecológica e ética correta.

É essa exigência da sociedade, que fez e continua a fazer com que as empresas se preocupem não apenas com a geração de lucros, mas também com a imagem pela qual estão sendo vistas pela sociedade. Não restam dúvidas de que empresas sem compromissos com o social não terão lugar no novo mercado que se forma.

O Balanço Social surgiu justamente desta necessidade da empresa de demonstrar o quão importante é para o contexto econômico e social de determinado país.

Experiências já vividas em outros países demonstram que tornar compulsório o Balanço Social, o qual é um instrumento gerencial que surgiu naturalmente da necessidade da empresa demonstrar o seu lado humano e social, acabará por tornar seu efeito meramente legal, ou seja, apenas mais um relatório que deverá ser gerado pela empresa ao término do exercício contábil.

É preciso deixar a empresa livre para elaborar o Balanço Social, no momento em que esta sentir tal necessidade. A própria sociedade acabará "exigindo e tornando obrigatório" que a empresa o publique.

Algumas informações, como a política de trabalho da empresa, informações de ordem econômica financeira, do quadro de recursos humanos da empresa, da geração de impostos, da atuação no ambiente ecológico e investimentos no social são de suma importância para que o Balanço Social cumpra seus objetivos.

É com base nestes dados que poderá se analisar a capacidade social das empresas. Não que estes sejam os únicos, mas são base primordial para que se explicita o máximo de informações. Porém, não basta apenas demonstrar dados passados, é necessário que com base nos exercícios anteriores, a empresa almeje quais são suas metas para o próximo ou próximos anos.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARNEIRO, Guido Antônio da Silva. Balanço Social: Histórico, Evolução e Análise de Algumas Experiências Seleccionadas. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1994.

FERNANDO ALMEIDA, citado por MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor. Qualitymark: Rio de Janeiro, 1999. p. 88.

GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo: Pioneira, 1980.

GRZYBOWSKI, C. Balanço Social: um convite à transparência das empresas. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>.

KROETZ, César Eduardo S. Balanço Social: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, José Arimatés de. Responsabilidade social em pequenas e médias empresas. Revista de Administração de Empresas. v. 24, n. 4, p. 203-210, out./dez. 1984. p. 204.

VIEIRA FILHO, Osmar. Uma Metodologia para a elaboração do Balanço Social da Eletronorte. Fundação Dom Cabral, 1999.

Pesquisa com Coleta de Dados realizada na Faculdade Dom Bosco nos dias 02 e 03 de agosto de 2009 junto aos alunos do curso de Administração.

<http://www.alternex.com.br/patiagpucio/apresentação.html>. Acesso em: 15 ago. 2009.

http://www.ibase.br/balanco_social/saintgobain2006.html

<http://www.balancosocial.org.br/historico.html>

<http://www.ibase.org.br/paginas/bssucupira.html>, p.1-3, acesso em 15 ago. 2009

<http://www.webartigos.com/resposanbilidadesocialcorporativa.html>

<http://www.responsabilidadesocial.com/institucional.html>

ANEXO I

MODELO DE BALANÇO SOCIAL DE UMA EMPRESA NA REGIÃO SUL FLUMINENSE

Balanço Social Anual/ 2006



Empresa: SAINT-GOBAIN

1. Base de Cálculo		Valor (mil reais)		
Receita Líquida (RL)				298.712
Resultado Operacional (RO)				13.177
Folha de Pagamento Bruta (FPB)				45.726
2. Indicadores Sociais Internos		Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação		2.679	5,86%	0,90%
Encargos sociais compulsórios		12.245	26,78%	4,10%
Previdência privada		2.417	5,29%	0,81%
Saúde		2.382	5,21%	0,80%
Segurança e medicina no trabalho		1.740	3,81%	0,58%
Educação		126	0,28%	0,04%
Cultura		0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional		978	2,14%	0,33%
Creches ou auxílio-creche		0	0,00%	0,00%
Participação nos lucros ou resultados		2.918	6,38%	0,98%
Outros		1.411	3,09%	0,47%
Total - Indicadores Sociais Internos		26.896	58,82%	9,00%
3. Indicadores Sociais Externos		Valor (mil R\$)	% sobre RO	% sobre RL
Educação		66	0,50%	0,02%
Cultura		15	0,11%	0,01%
Saúde e saneamento				
Habitação				
Esporte		9	0,07%	0,00%
Lazer e diversão				
Creches				
Alimentação				
Combate à fome e segurança alimentar		1	0,01%	0,00%
Outros		64	0,49%	0,02%
Total das contribuições para a Sociedade		155	1,18%	0,05%
Tributos (excluídos encargos sociais)		76.465	580,29%	25,60%
Total Indicadores Sociais Externos		76.620	581,47%	25,65%
4. Indicadores Ambientais		Valor (mil R\$)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa		1.069	8,11%	0,36%
Investimentos em programas e/ou projetos externos		68	0,52%	0,02%
Total dos Investimentos em Meio Ambiente		1.137	8,63%	0,38%
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:				cumpre de 76 a 100%
5. Indicadores do Corpo Funcional				
Nº de empregados(as) ao final do período			1.232	
Nº de admissões durante o período			129	
Nº de empregados(as) terceirizados(as)			297	
Nº de estagiários(as)			37	
Nº de empregados(as) acima de 45 anos			194	
Nº de mulheres que trabalham na empresa			90	
% de cargos de chefia ocupados por mulheres			9	

Nº de negros(as) que trabalham na empresa	287
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	2
Nº de portadores de deficiência ou necessidades especiais	65

6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2006			Metas 2007		
	Relação entre a maior e a menor remuneração da empresa					
Número total de acidentes de trabalho	11					
Os projetos sociais ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	direção e gerências			direção e gerências		
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	todos(as) +Cipa			todos(as) +Cipa		
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	segue as normas da OIT					
A previdência privada contempla:	todos(as) empregados(as)			todos(as) empregados(as)		
A participação nos lucros ou resultados contempla:	todos(as) empregados(as)			todos(as) empregados(as)		
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	são exigidos			serão exigidos		
Quanto à participação dos empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	apóia			organizará e incentivará		
Numerações e críticas de consumidores(as):	na empresa	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça
	57			15		
% de reclamações e críticas solucionadas:	na empresa	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça
	69,50%			80,00%		
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2006: 121.243			Em 2007:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	42,77% governo 41,74% colaboradores (as)			% governo % colaboradores (as)		
	% acionistas 5,65% terceiros 9,84% retido			% acionistas % terceiros % retido		

Figura 1. Balanço Social da Empresa Saint-Gobain - 2006