



UFSM

TRABALHO DE GRADUAÇÃO

**BALANÇO SOCIAL COMO FERRAMENTA PARA A
GESTÃO EMPRESARIAL
- UM ESTUDO DE CASO -**

Jacqueline Clélia Rosa da Rosa

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Santa Maria, RS, Brasil

2004

**BALANÇO SOCIAL COMO FERRAMENTA PARA A
GESTÃO EMPRESARIAL
- UM ESTUDO DE CASO -**

por

Jacqueline Clélia Rosa da Rosa

Prof. Orientador Wanderlei José Ghilardi

Trabalho apresentado ao Curso de Ciências Contábeis do Centro de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito da disciplina **CTB 516 – Trabalho de Graduação em Ciências Contábeis.**

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Santa Maria, RS, Brasil

2004

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

O Orientador, abaixo assinado, aprova o Trabalho de Graduação

**BALANÇO SOCIAL COMO FERRAMENTA PARA A
GESTÃO EMPRESARIAL**

elaborado por

Jacqueline Clélia Rosa da Rosa

Como requisito da disciplina CTB 516 – Trabalho de Graduação em
Ciências Contábeis

Prof. Wanderlei José Ghilardi
(Orientador)

Santa Maria, RS, Brasil
JAN/2004

AGRADECIMENTOS

A Deus, que por muitas vezes, me ofertou força e sabedoria para continuar meu caminho e guiou-me quando estive perdida, precisando de coragem para continuar. A quem me fez entender que cada instante compartilhado com pessoas que amamos devem ser vividos com muito amor e dedicação, pois só assim terão seu verdadeiro valor.

A meu orientador e amigo, Wanderlei José Ghilardi, pelos ensinamentos prestados nesses anos de convivência, pela mão amiga em momentos dolorosos e pela confiança a mim permitida.

A Maria do Carmo Hernandorena, pela colaboração e auxílio despojados para a elaboração desta monografia. Pelo exemplo de profissionalismo e dedicação prestados.

A equipe da Some, pelo trato familiar a mim concedido nesses anos, pelo respeito e carinho manifestados.

Aos amigos, que em muitas ocasiões, confundiram-se com a família. A quem devo meus sorrisos e momentos de descontração. Em especial, ao lar de minha grande amiga Lidiane de Almeida, onde pude encontrar paz e amizade.

A Ali Mohammad Masri (in memoriam), com quem aprendi o valor de um verdadeiro amor. A um homem que acompanhou parte do meu caminho, trazendo a minha vida muita alegria e fé. A quem devo mais que minha própria vida, minha capacidade de amar.

SUMÁRIO

1	
INTRODUÇÃO.....	
...1	
2 FUNDAMENTAÇÃO	
TEÓRICA.....	4
3	
DESENVOLVIMENTO.....	
..28	
4	
METODOLOGIA.....	
..63	
5	
CONCLUSÃO.....	
...65	
6 REFERÊNCIAS	
BIBLIOGRÁFICAS.....	67

LISTA DE QUADROS

QUADRO I – Balanço Social – Panorama Internacional.....	7
QUADRO II – Amparo Legal - Balanço Social no Brasil.....	20
QUADRO III – Estabelecimentos mantidos pela SOME.....	30
QUADRO IV – Núcleos mantidos pela SOME.....	31
QUADRO V – Distribuição do Valor Adicionado.....	27

LISTA DE FIGURAS

FIGURA I – Ramificação da Ciência

Contábil.....9

FIGURA II – Alguns usuários do Balanço

Social.....15

1 INTRODUÇÃO

A tendência cada vez mais difundida, em vários setores sociais, que a realidade do mercado vem exigindo uma mudança de mentalidade no cenário empresarial, tem contribuído na forma como as entidades se relacionam com a sociedade.

As organizações estão inseridas em um ambiente de mudança e competitividade, em que a consciência da qualidade total e a globalização da economia promovem uma reestruturação nas questões estratégicas das empresas modernas.

A realidade desse cenário empresarial desafia os gestores a uma mudança organizacional e implementação de um processo de gestão empresarial eficaz. Por outro lado, as entidades precisam mais do que produzir bens e serviços. Devem estar atentas à qualidade do serviço prestado, à capacitação de recursos humanos e às ações de cidadania corporativa.

Nesse novo ambiente, cresce o número de empresas cada vez mais comprometidas com os problemas sociais, visto que os programas sociais tornaram-se tão importantes para o desempenho organizacional quanto os resultados financeiros de seus relatórios anuais.

Assim, as empresas engajam-se em ações de responsabilidade social, de forma a garantirem permanência e atuação no mercado em que atuam.

Gradativamente, adquirem uma cultura de gestão social e assumem uma postura ética.

No intuito de alcançar a excelência empresarial, se faz necessário que a informação seja de boa qualidade e acessível a todas as partes interessadas. Para tanto, utilizar-se do poder da informação de forma transparente é um desafio para os líderes e gestores das corporações.

Dessa forma, surge o Balanço Social, um instrumento de gestão e informação, disponível aos gestores. Visando evidenciar informações econômicas, ambientais e sociais do desempenho das organizações aos usuários, esse dispositivo serve de importante demonstrativo de controle e qualidade.

A proposta deste estudo é a elaboração do Balanço Social do exercício de 2002 da empresa Sociedade Meridional de Educação (SOME), com sede na cidade de Santa Maria, RS, através de novas técnicas, considerando os aspectos econômicos e sociais do atual cenário econômico, explicitando as contribuições para a entidade através da sua publicação.

Para atingir o objetivo final, alguns objetivos específicos tiveram maior atenção, como:

a) apresentar sugestões para a empresa de uma estrutura de Balanço Social atualizado, *layout* e informações que interessem à sociedade de um modo geral;

b) coletar dados da instituição referentes aos exercícios de 2000 a 2002 de forma transparente, apresentando ilustrações e tabelas para visualização das ações de repercussão social realizadas, bem como sua evolução no período;

c) evidenciar a importância da entidade na sociedade e se ela está atendendo aos princípios, missão e visão estabelecidos;

d) analisar os investimentos e retornos da empresa na área social e o que representam no seu posicionamento no mercado, bem como a viabilidade dos mesmos em projetos futuros.

e) elaborar o Balanço Social do exercício de 2002.

Durante o trabalho proposto, são sugeridas algumas soluções para os questionamentos a seguir: como transformar o Balanço Social em uma ferramenta útil para a gestão e que represente um diferencial para a permanência da empresa no mercado? Como elaborar e expressar no Balanço Social a fidelidade das informações e ater-se à realidade dos fatos, sem utilizá-lo como objeto de marketing empresarial?

Para executar este trabalho foram consultados os sistemas de controle interno e informações da entidade tomada como campo de estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Balanço Social

2.1.1 Evolução histórica no Brasil

O Balanço Social no Brasil nasceu de uma idéia que começou a ser discutida nos anos 60 com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). Tudo partiu de um discutido princípio da associação de que a empresa possui uma função social, além da produção de bens e serviços. Pode-se dizer que o marco histórico da responsabilidade social foi a “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada em 1965.

A difusão da idéia ganhou amplitude em 1977, sendo tema central no 2.º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas. A partir desse momento, a ADCE promovia e organizava congressos anuais para discussão do Balanço Social.

Em meados dos anos 70 e 80, diante da reestruturação do Estado, a postura dos empresários ante o mercado e a sociedade, começa a ser redefinida.

Na década de 80 a 90 surgem as primeiras publicações acerca de Balanço Social, com informações de natureza social e a destinação das riquezas criadas pelas empresas.

Mas o Balanço Social ganhou maior expressão em 1997, quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou uma campanha de divulgação do mesmo. No intuito de associar responsabilidades das empresas a uma demonstração de caráter social, Herbert de Souza tornou-se o maior incentivador para que as empresas elaborassem e divulgassem voluntariamente seus Balanços.

Herbert de Souza contou com o apoio e parcerias de lideranças como: Comissão de Valores Mobiliários (CVM), Ministério da Fazenda, Gazeta Mercantil; empresas renomadas, como Xerox, Banco do Brasil, Usiminas; instituições representativas, e ainda simpósios, mídia e seminários. A proposta do Balanço Social contou com aliados, como Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling.

Ainda em 1997, o IBASE, com o objetivo de incentivar a participação das companhias, lança o Selo do Balanço Social.

Hoje, é possível dizer que tramita no Congresso Nacional um projeto a ser discutido sobre a obrigatoriedade do Balanço Social.

2.1.2 Evolução histórica em outros países

Inicialmente, segundo Kroetz (2000, p. 55), americanos, europeus e latino-americanos, desde o final da década de 70, desenvolveram “modelos” de Contabilidade Social, Auditoria Social e Balanço Social, seguindo interesses, particularidades e culturas próprias. Diante disso, torna-se importante evidenciar a evolução em diferentes países, a fim de verificar suas experiências:

✓ Estados Unidos: foi o pioneiro em demonstrar ao público as atividades desenvolvidas na área social. Seu capitalismo levou a introduzir noções de responsabilidade social no mundo dos negócios já nos anos 30. Em repúdio à Guerra do Vietnã, a população começa a criticar medidas políticas adotadas e boicotar ações de empresas que estavam ligadas à fabricação de armamentos de guerra. Assim, exigiam-se informações sociais da entidade, que eram publicadas juntamente com o balanço patrimonial. No contexto atual, segundo Luca (1998, p. 24), os relatórios são direcionados para o ambiente externo, como a satisfação de clientes, qualidade dos produtos, preservação do meio ambiente e enquadrando as relações do homem com a empresa e desta com a sociedade.

✓ Alemanha: são evidenciados em seus relatórios indicadores relativos à ecologia e às condições de trabalho. Universidades, bancos e centros de pesquisas são motivadores quanto à elaboração do Balanço Social.

✓ Holanda: conforme Tinoco (2001, p. 127), os representantes de pessoal consideram o patrão como um parceiro, e a comunicação recíproca é natural. As condições de trabalho e estatísticas de emprego ocupam uma posição privilegiada,

mas as considerações econômicas não estão ausentes. Os resultados obtidos e os projetos em curso não são informações reservadas a uma minoria.

✓ Bélgica: segundo o autor citado anteriormente, o Balanço Social congrega informações econômicas às sociais. No documento, a densidade da informação é importante. Permite reportar os pontos fortes e os pontos fracos de um negócio.

✓ Espanha: muitas empresas elaboram o Balanço Social, para atenderem aos conceitos de transparência e relacionamento com investidores, acionistas e o Estado.

✓ França: no entendimento de Kroetz (2000, p. 55), houve a evolução sob a influência de pressões externas cada vez mais intensas, o que significava uma pressão social a exigir uma revolução nos procedimentos. Segundo estudos de Herbert de Souza, desde 1977, é legalmente obrigatória a publicação do Balanço Social, para empresas com mais de 750 empregados, o que comprova a importância dada pelas sociedades envolvidas à gestão empresarial.

✓ Portugal: os itens divulgados no Balanço Social e que são consolidados no relatório, conforme Tinoco (2001, p. 133), são emprego, custos com pessoal, higiene e segurança, formação profissional e proteção social complementar.

Para uma melhor visualização, apresenta-se a seguir um enfoque atualizado sobre Balanço Social na esfera internacional:

QUADRO I– Balanço Social – Panorama Internacional

PAÍS	BALANÇO SOCIAL – ENFOQUE
Estados Unidos	Ênfase para os consumidores/clientes e a sociedade em geral; qualidade dos produtos, controle da poluição, contribuição da empresa às obras culturais, transporte coletivos e outros benefícios à coletividade; abordagem de caráter ambiental.
Holanda	Enfoque para informações sobre as condições de trabalho.
Suécia	Ênfase nas informações para os empregados.
Alemanha	Enfoque às condições de trabalho e aos aspectos ambientais.
Inglaterra	Forte discussão sobre responsabilidade social e grandes pressões para divulgação mais ampla dos relatórios sociais.
França	Enfoque para informações aos empregados; nível de emprego, remuneração, condições de trabalho e formação profissional.

Fonte: Luca (1998, p.25)

2.1.3 Conceitos

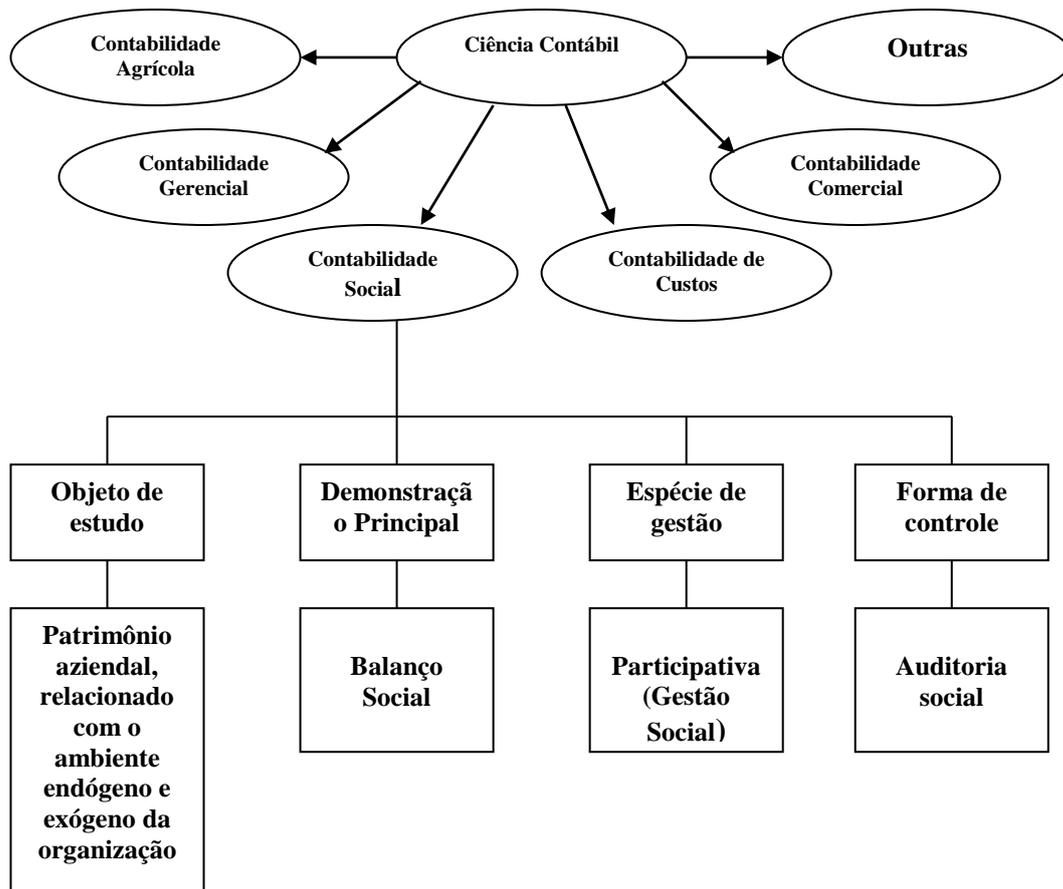
Não há como definir Balanço Social em poucas palavras. O Balanço Social é um instrumento inovador que está à disposição da gestão e da informação. Sua abordagem está diretamente relacionada com questões de ética e de responsabilidade social.

É inevitável afirmar, que muitas são as críticas, no que tange à aceitação desse instrumento no processo de gestão empresarial. As correntes de pensamento em torno dessa peça são as mais variadas, fato esse devido à cultura organizacional da empresa ou ideologias políticas, sociais e técnicas.

O estudo do Balanço Social está vinculado a uma das ramificações da Ciência Contábil. Conforme menciona Plácido Lisboa, em um de seus artigos, a Contabilidade, enquanto ciência que estuda a situação patrimonial e o desempenho econômico-financeiro das entidades, possui os instrumentos necessários para contribuir à identificação do nível de responsabilidade social dos agentes econômicos. Estes instrumentos se refletem no Balanço Social.

A figura que segue ilustra a avaliação exposta:

Figura I - Ramificação da Ciência Contábil



Fonte: Kroetz (2000, p. 52)

Sabe-se que as empresas são organizações dinâmicas, as quais precisam reestruturar-se sempre que exigido para garantirem permanência no mercado. Diante disso, seus gestores precisam munir-se de estratégias para tomarem as melhores decisões. Conforme Lauro Brito de Almeida para atingir estados futuros

desejados, há que se simular eventos futuros, visto que decisões que se concretizarão no futuro são tomadas no presente.

Diante dessa posição, o desempenho empresarial dependerá de instrumentos de gestão que gerem sustentabilidade e transparência às ações desenvolvidas na organização. O Balanço Social consegue traduzir não somente esse aspecto, mas também qualificar o sistema de informação organizacional e contemplar dados sociais, econômicos, ambientais e de cidadania corporativa.

É nesse caminho que o posicionamento de muitas empresas está mudando, pois para concretizar ações com resultados, exige-se um posicionamento e conseqüentemente uma mudança na gestão estratégica da empresa. Inserir a causa social na administração dos negócios, não é tarefa fácil, entretanto, os índices de verificação de empresas socialmente responsáveis estão aumentando.

Segundo Mello (2000, p.1) empresas que assumem uma dimensão ética e socialmente responsável ganham o respeito das populações e comunidades com as quais interagem, o que normalmente se traduz na preferência do público consumidor. Dessa forma, além de satisfazer o imperativo de trabalhar de uma maneira socialmente responsável, tais empresas têm ainda a satisfação de ver o seu comportamento transformar-se em vantagens comerciais.

O Balanço Social é uma ferramenta que dá visibilidade em números aos programas e projetos desenvolvidos por uma empresa, sendo sua transparência capaz de garantir fidelidade do público e impulsionar investimentos sociais de porte. Utilizando-se das palavras de Sucupira (2003), o Balanço Social é um documento publicado anualmente, reunindo 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.

Outro enfoque importante a ser salientado é a questão da responsabilidade do desenvolvimento econômico e social de uma região. Sabe-se que tanto empresas como governo são elementos fundamentais nesse processo. Contudo, a comodidade ao atribuir somente ao governo a resolução das deficiências sociais e ambientais tornou-se ultrapassada e anti-social.

Tendo em vista essa análise, é preciso fazer o governo voltar-se para suas verdadeiras finalidades, ou seja, controlar se os projetos sociais que estão sendo financiados são realmente eficazes para atingir seus objetivos, se as finalidades dos gastos públicos em saúde, segurança e educação estão sendo bem atendidas. Assim, poderá se verificar se o governo adota programas dispersos de comprometimento social.

Cezar Busatto (2003, p.7) diz que governamos de um modo que não é adequado ao tempo da tecnologia da informação, da internet, da participação popular, da parceria entre os vários atores sociais e da necessidade de utilizarmos com eficácia o pouco dinheiro público que temos.

Outro aspecto que deve ser abordado é o fato da gestão social ser um elemento novo. A necessidade de contar com um indicador confiável, para saber o resultado da gestão social, medir seus progressos e retrocessos, torna o Balanço Social um instrumental de avaliação desempenho e correção do planejamento social na vida da empresa.

Do ponto de vista de Taylor (1994, p. 32), o Balanço Social fornece os elementos necessários para avaliar situações comparadas e, com base nele, apreciar o desenvolvimento das atividades na área social, bem como conhecer os efeitos das ações cumpridas para reajustar planos em marcha ou ir elaborando outros, à medida que se detectam situações sociais que assim aconselhem.

O significado do Balanço Social, sob a ótica de Mário Humberg (2003, p.1), é o seguinte: deve ser um documento informativo e transparente, destacando os pontos positivos e não deixando de mencionar os negativos. Ou seja, ele soma uma prestação de contas a uma tomada de posição dos dirigentes da empresa em

relação ao seu setor de atuação, às comunidades ou regiões onde estão instalados e ao país como um todo.

Em síntese, Plácido Lisboa (2003, p. 8), descreve o tema proposto como um instrumento de informação da empresa para a sociedade, por meio do qual a justificativa para sua existência deve ser explicitada. Esta justificativa deve provar que o seu custo-benefício é positivo, porque agrega valor à economia e à sociedade, porque respeita os direitos humanos de seus colaboradores e, ainda, porque desenvolve todo o seu processo operacional sem agredir o meio ambiente.

Ainda acrescenta o autor citado que esse ferramental tem o potencial de demonstrar o lado social e humano da empresa, sua responsabilidade social e compromisso com as gerações presentes e futuras. Os benefícios serão para a sociedade como um todo e para a própria empresa.

2.1.4 Objetivos

Sumariamente, o presidente executivo da FIDES, Alberto Augusto Perazzo, traduz um dos principais objetivos do Balanço Social: é o de demonstrar de forma transparente e rigorosa quais são as metas da evolução social e ambiental que se auto impõem à empresa e à sua evolução.

Como demonstrativo social, o Balanço Social objetiva diagnosticar a gestão empresarial em relação ao cumprimento de sua responsabilidade social, permitindo redefinir políticas e estabelecendo programas de avaliação dos investimentos sociais.

Em continuidade com a abordagem anterior, Kroetz (2000, p. 79) apresenta os seguintes objetivos:

a) revelar, com as demais demonstrações contábeis, a solidez da estratégia de sobrevivência e crescimento da entidade;

- b) evidenciar, com indicadores, as contribuições à qualidade de vida da população;
- c) abranger o universo das interações sociais entre clientes, fornecedores, associações, governo, acionistas, investidores, universidades e outros;
- d) apresentar os investimentos no desenvolvimento da pesquisa e tecnologia;
- e) servir de instrumento para negociações laborais entre a direção da entidade e sindicatos ou representantes dos funcionários;
- f) verificar a participação do quadro funcional no processo de gestão.

2.1.5 Usuários

Neste aspecto são evidenciados os agentes que se utilizam das informações prestadas no Balanço Social. Observa-se que de um lado estão as empresas, inseridas num contexto socioeconômico, e de outro o cidadão contribuinte. Nesse universo, o Balanço Social insere-se adequadamente, pois leva os usuários a se beneficiarem de informações éticas, transparentes e confiáveis de como foram aplicados os recursos gerados pelas empresas.

Pode-se identificá-los da seguinte forma:

- a) Investidores: são os agentes que contribuem para o Estado, no sentido de garantir o desenvolvimento, mediante a aplicação de recursos financeiros, almejam a rentabilidade e o retorno do investimento;
- b) Fornecedores: também são contribuintes para o Estado, pois são parceiros no mercado, apoiando a potencialidade das empresas. Na concepção de Kroetz (2000, p. 85), demonstram também as políticas implementadas na área

social e ecológica, aumentando sua confiabilidade em relação à entidade com a qual negociam;

c) Sociedade: ainda com referência aos ensinamentos de Kroetz (2000, p. 86), o Balanço Social desenvolve-se com a intenção de suprir uma necessidade informativa, deixando a comunidade a par dos acontecimentos favoráveis e desfavoráveis, internos e externos, decorrentes da atividade desenvolvida;

d) Clientes externos: consumidores de quem a empresa recebe os pagamentos pela venda de produtos e serviços. Exigem segurança e qualidade. Ainda no entendimento de Kroetz (2000, p. 85), o uso dessas informações divulgadas, permite ao cliente traçar um perfil da entidade e possibilitar, assim, maior tranquilidade na opção do produto e/ou serviço pretendido;

e) Clientes internos: são os funcionários das empresas, fundamentais por sua capacidade de trabalho e criatividade. A motivação é fator de aumento de produtividade. Dá-se a importância por divulgar ações desenvolvidas em benefício do quadro funcional da organização;

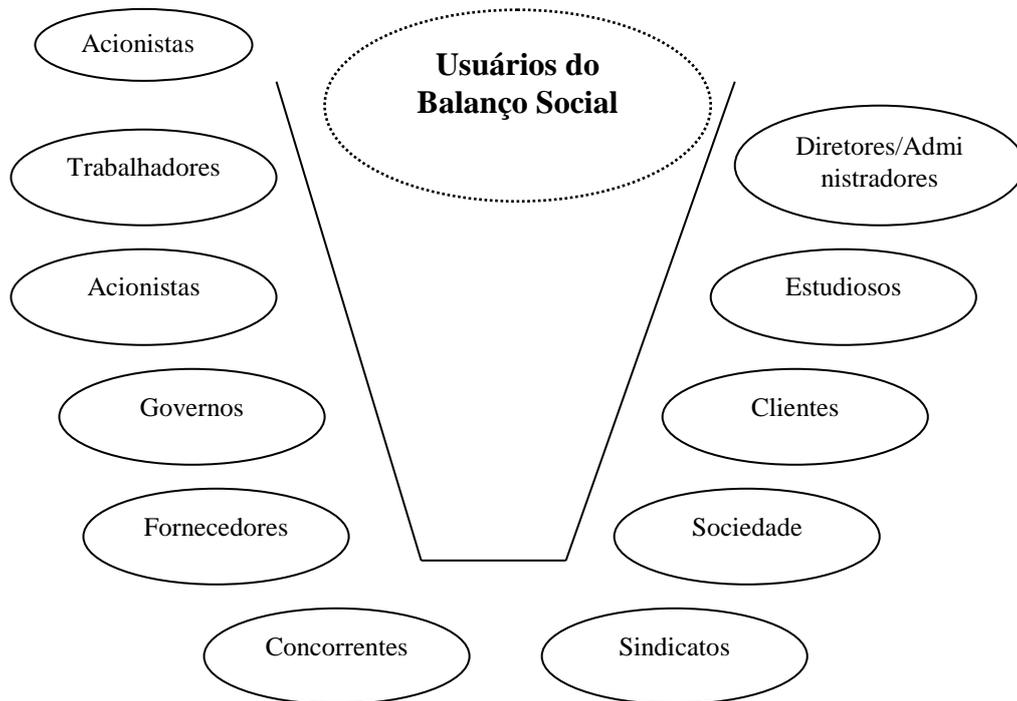
f) Meio ambiente: é atualmente, uma das maiores responsabilidades das corporações modernas. As organizações são conscientizadas a garantir a manutenção dos elementos básicos da vida (água, solo, florestas).

g) Estado: este deve propiciar incentivos para o desenvolvimento das empresas, visando melhorias ao bem-estar social.

h) Concorrentes: para encerrar esse aspecto, Kroetz (2000, p. 86), atenta para o elemento concorrência, uma vez que aproveitam tais dados para investigar a vida da entidade divulgadora, projetando o nível de competitividade, novas tendências, distribuição do mercado, formas de financiamento, outras ações desenvolvidas em termos de responsabilidade social e ambiental.

Em síntese, os dados explanados no Balanço Social servirão para os seguintes usuários desta ferramenta:

Figura II - Alguns usuários do Balanço Social



Fonte: Kroetz (2000, p. 84)

2.1.6 Limitações

As organizações que optarem pela divulgação do Balanço Social devem observar alguns princípios básicos quanto às informações prestadas. As análises contidas nesse demonstrativo social devem evidenciar as ações sociais da empresa, contribuindo para a formação de uma imagem empresarial íntegra.

Outro aspecto de suma importância na execução do Balanço Social é a questão de manter a fidedignidade das informações prestadas, de modo a tornar

este relatório de informação social um instrumento gestor que apóie as decisões empresariais.

Para complementar, a preocupante falta de instituições com capacitação técnica para auxiliar os empreendedores na adoção dessa nova forma de gestão, também é considerada uma limitação na elaboração do Balanço Social.

Assim, Kroetz (2000, p. 82-84), nos conduz a alguns limites inerentes à demonstração do Balanço Social:

a) privacidade - a demonstração deste instrumento deve observar os direitos em termos de privacidade, dos indivíduos ou das instituições. No que tange às informações, devem ter o consentimento das partes interessadas, salvo casos de exigência legal;

b) sigilo – não apresentar informações que são de caráter essencial para a organização, transformando-se em vantagens comparativas, as quais, se divulgadas, poderão comprometer a eficácia e a própria continuidade da entidade;

c) subjetividade – deverá espelhar fielmente a verdade, sendo vedada a publicação de informações subjetivas ou elementos de caráter especulativo. Ou seja, suposições, especulações, não merecem publicação, de modo a evitar possíveis distorções que venham a prejudicar os usuários e a organização em si perante suas análises e tomada de decisões;

d) uniformidade ou consistência – a demonstração de informação deverá ser clara, compreensível, de maneira a expulsar erros de interpretação, a fim de transformar o Balanço Social em um instrumento qualitativo.

e) utilidade – o valor da informação ganha força nesse aspecto, visto que, a quantidade de informação não é importante, mas sim a qualidade. Para tanto, o autor alerta para o fato de que a demonstração atenda às necessidades de seus usuários, implicando na identificação de um ponto de equilíbrio entre a quantidade e a qualidade da informação.

f) economicidade - a demonstração não deverá gerar gastos absurdos, a questão do custo-benefício deve ser analisada, pois a preparação do Balanço Social deve abranger informações relevantes, porém de forma econômica.

2.1.7 Legislação e obrigatoriedade

O Balanço Social, além de ser um instrumento de gestão no papel das empresas na nova economia da solidariedade social, é também um compromisso legal para muitas entidades. Baseando-se nesses aspectos, vislumbra-se a seguir uma breve orientação legal acerca de Balanço Social e responsabilidade Social.

➤ Âmbito Federal

✓ Projeto de Lei n.º 3.116/97

Conforme abordagem feita anteriormente, a deputada federal, Marta Suplicy, foi uma das personalidades engajadas na causa do Balanço Social. Sua atuação foi representativa ao encaminhar o Projeto de Lei n.º 3.116/97, que versava sobre Balanço Social e responsabilidade social no sentido de tornar obrigatória, a publicação anual do mesmo, para empresas com mais de 100 funcionários.

A seguir, alguns tópicos do Projeto de Lei 3.116/97:

Art. 1.º Ficam obrigadas a elaborar, anualmente, o Balanço Social;

I – as empresas privadas que tiveram cem empregados ou mais no ano anterior à sua elaboração;

II – as empresas públicas, sociedades, de economia mista, empresas permissionadas e concessionárias de serviços públicos em todos os níveis da administração pública, independentemente do número de empregados.

Segundo descrito em Silva e Freire (2001, p. 27), a justificativa apresentada no Projeto de Lei 3.116/97 foi a seguinte: 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 e 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 instâncias da empresa, no campo das políticas sociais. Além disso, contribuirá, fundamentalmente, como encorajamento à crescente participação das empresas na busca de maior desenvolvimento e vivência da cidadania.

✓ **Projeto de lei n.º 32/99**

Atualmente, está tramitando na Comissão de Finanças o projeto de Lei n.º 32/99, que substitui o projeto citado anteriormente, o qual apresenta a mesma proposta.

➤ **Âmbito Estadual**

No Estado do Rio Grande do Sul está presente a Lei n.º 11.440/2000 que definiu-se inicialmente como um Projeto de Lei sobre Responsabilidade Social, de autoria do Deputado Estadual César Buzatto, cujo texto contou com a contribuição do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul para ser transformado na Lei n.º 11.440. Esta institui o Balanço Social para empresas estabelecidas no Estado do Rio Grande do Sul, o qual será assinado por Contador ou Técnico em Contabilidade devidamente habilitado perante o CRC-RS ao exercício profissional. Outra contribuição da Lei n.º 11.440/2000 foi a criação do Certificado de Responsabilidade Social e o Troféu Responsabilidade Social -

Destaque RS, para as empresas que apresentarem o seu Balanço Social do exercício anterior.

➤ **Âmbito Municipal**

Pode-se exemplificar através da Lei Municipal 8.118. Esta foi sancionada pelo Prefeito Municipal de Porto Alegre em 5 de janeiro de 1998 criando o Balanço Social das empresas estabelecidas no município. A publicação para as empresas que tiverem mais de vinte funcionários implicará no recebimento do Selo Cidadania da Câmara Municipal.

Diante da legislação pertinente é salutar comentar que a Lei Estadual n.º 11.440/00 é a única que facilita o entendimento e a elaboração do Balanço Social.

➤ **Outros Amparos Legais**

A Lei n.º 7.672, de 18 de junho de 1998, cria o Selo Empresa-Cidadã às Empresas que instituírem e apresentarem qualidade em seu Balanço Social e dá outras providências:

Art. 2.º - Balanço Social é um documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante 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, onde apresenta também seu cumprimento às suas funções sociais.

Quadro II - Amparo Legal - Balanço Social no Brasil

Atividades	Federal	Estadual	Municipal
Legislação	Projeto de Lei 032/99	Lei 11.440/00	Lei 8.118/98 Porto Alegre - RS
Obrigatoriedade	Acima de 100 empregados	Não obrigatório	Facultativo
Destino	Publicar. Não é definido a quem se destina	Assembléia Legislativa	Câmara Municipal
Responsável pela Elaboração	Não define	Assinado pelo contador ou técnico	Não define
Penalidade	Impedimento de participar licitação, benefícios de incentivos fiscais e créditos oficiais.	Não tem	Não tem
Destino de multas	A ser definido pelo executivo	Não tem	Não tem

Fonte: www.patrolhaecologica.org.br/acaosocial.pdf

Quanto à obrigatoriedade da elaboração e divulgação do Balanço Social, verifica-se uma polêmica discussão sobre o assunto. De um lado, a idéia de torná-lo obrigatório é defendida, de forma a dar evidência às suas competências sociais e usá-lo como um diferencial dos negócios. De outro, a imposição mediante legislação, traz à tona a questão da divulgação espontânea, oriunda da consciência cidadã de cada corporação.

Segundo Herbert de Souza (1997): a elaboração e a divulgação do Balanço Social conferem visibilidade de atuação das empresas nesse aspecto, o que deverá incentivá-las a investir na comunidade em que estão instaladas, assumindo o seu papel social.

Na visão de Marco Perottoni (1997): tornar obrigatória a divulgação das atividades sociais das empresas afronta o princípio fundamental que regula as ações sociais, que é o espírito liberal, tão importante para o sucesso desse relacionamento. Sigamos o bom exemplo de outros países que conseguiram

conscientizar os donos do capital através dos benefícios que este tipo de atitude traz para o desenvolvimento de sua atividade empresarial, isto é, mostrando o quanto é salutar para a continuidade do investimento um bom relacionamento com a comunidade a que está inserido; por certo teremos resultados surpreendentes.

Na tentativa de incentivar a publicação do Balanço Social, Crusius (1997) diz que: nenhum balanço é tão social como aquele que é publicado. Seja lá qual for seu conteúdo, e não importa quão meritório ou informativo ele for, uma vez não-publicado ele é, simplesmente, afastado da possibilidade de leitura de toda a sociedade e, portanto, anti-social.

Vale dizer, que não há uma legislação específica que obrigue as entidades a apresentarem o Balanço Social, como no caso de outras demonstrações contábeis. O que ocorre, é que muitas organizações já têm colocado sua competência gerencial a serviço das causas sociais, objetivando o sucesso empresarial. Dessa forma sentem a necessidade de divulgar suas ações desenvolvidas no campo social.

Em seu artigo, Ubirajá Filh (2004) descreve que, se bem aproveitado, o Balanço Social pode ser utilizado como instrumento de gestão e auto-avaliação da empresa, inclusive, tornando-se um valioso referencial de comparação junto a todos os indicadores utilizados pela empresa.

Salienta-se que, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) apóia e incentiva as empresas na divulgação voluntária de seus atos de responsabilidade social. Integrada a movimentos incentivadores da publicação do Balanço Social, a CVM recomenda em um de seus pareceres que, informações como reformulações administrativas, descrição dos negócios, investimentos, recursos humanos, são relevantes se mencionadas no demonstrativo social.

2.1.8 Peça de *Marketing*

Não se pode deixar de ponderar que o Balanço Social não está ligado à iniciativa de *marketing* ou a modismos, e sim a uma importante ferramenta de engajamento social que auxilia na gestão empresarial. Constatou-se que muitas empresas esperam, através do Balanço Social, atingir novos nichos mercadológicos.

A comunicação das práticas sociais deve funcionar como um componente da identidade organizacional da entidade. Os dados expressos de modo qualitativo e quantitativo são fundamentais para que o Balanço Social não se confunda com uma mera peça de *marketing*, mas como uma demonstração responsável de investimentos sociais realizados pela empresa.

Diante disso, Léo Voigt alerta: O mercado e a sociedade estão muito mais atentos a quem está fazendo mais bem a si próprio do que aos projetos. Nesse caso, a empresa estará prestando um desserviço a ela mesma.

Com isso, muitas entidades ainda se mantêm reticentes em publicarem seus balanços, com receio de serem acusadas de utilizarem o Balanço Social como ferramenta de oportunismo ou de melhoria da imagem corporativa.

Segundo Voigt, essa é uma visão ingênua e até míope, porque a empresa deve prestar contas de tudo o que faz, de uma maneira ou de outra. E o Balanço Social é o único mecanismo que permite uma vigilância da sociedade sobre o que é feito.

Contudo, conforme frisa Alberto Perazzo, presidente da FIDES: não podemos negar que, em parte, o advento da responsabilidade social se deva a uma oportunidade de *marketing*. Mas tem crescido o rigor com que o tema está sendo tratado. A maioria das empresas hoje quer ser transparente, melhorar seus indicadores e ser reconhecida pela ética nos negócios.

É importante ressaltar que o conceito de *marketing* ganhou novos contornos e novas dimensões a partir do advento da responsabilidade social. O surgimento do *marketing* social vem colaborar como ferramenta estratégica para as empresas, em parcerias com organizações não-governamentais, ou não, como uma nova forma de ver e entender as questões sociais.

De acordo com as pesquisas realizadas, marketing social é o uso de técnicas e ferramentas de *marketing* promocional, para promover a adoção de um comportamento que desenvolverá a saúde e o bem-estar de um público-alvo específico ou da sociedade como um todo. A principal característica que distingue o *marketing* social do *marketing* comercial é o seu propósito, ou seja, seus benefícios visam em primeira instância ao indivíduo ou à sociedade.

Ainda utilizando recursos de pesquisa, pode-se dizer que o *marketing* tradicional atende às necessidades e desejos identificados nos mercados-alvo, tendo como resultado principal o lucro, obtido através da comercialização de produtos e serviços. Já o *marketing* social tem por objetivo modificar as atitudes ou comportamentos do mercado-alvo, tendo como principal meta o atendimento dos interesses desse mercado ou da sociedade, cuja obtenção se dá através da concretização de idéias e serviços.

2.2 Responsabilidade Social

A responsabilidade social já é um tema que ocupa pensamentos. A revelação de uma prática empresarial ainda frágil induz à indagação de quanto o próprio conceito desta não está compreendido em toda sua dimensão.

Inserida em uma organização pode ser definida como o compromisso desta com a sociedade, que será expresso por meio de atos e atitudes. O posicionamento no mercado de uma empresa dependerá das ações de cidadania e desenvolvimento social. Assumir uma postura empresarial socialmente responsável é, sobretudo, uma questão de atitude.

Para o Instituto ETHOS (2000, p.2): a empresa socialmente responsável, quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por

acreditar que assim será uma empresa melhor, estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa.

Na concepção de Tinoco (2001, p. 115): o tema da responsabilidade social integra-se, portanto, ao da governança corporativa, ou seja, com a administração das relações contratuais e institucionais estabelecidas pelas companhias e as medidas adotadas para o atendimento das demandas e dos interesses dos diversos participantes envolvidos. Dessa forma, a responsabilidade social corporativa está relacionada com a gestão de empresas em situações cada vez mais complexas, nas quais, questões como as ambientais e sociais são crescentemente mais importantes para assegurar o sucesso e a sustentabilidade dos negócios.

Em recente artigo publicado na Revista Empreendedor (2003), o caminho que leva as pequenas empresas a uma nova forma de atuação passa por uma série de questionamentos e obstáculos. O primeiro é fazer com que as pequenas empresas atuem de forma responsável, inseridas em mercados competitivos e com dificuldades na gestão devido à falta de uma educação corporativa de qualidade a que a maioria não tem acesso.

A seguir, serão demonstradas algumas etapas para que os administradores das corporações desenvolvam uma proposta de engajamento na gestão de responsabilidade social. Este processo contribuirá no cumprimento da gestão empresarial e forma de conduzir a organização.

- Refletir sobre a missão, as orientações e os valores praticados pela empresa.
- Construir um novo referencial organizacional.
- Identificar e articular os principais valores éticos a serem instituídos na organização.
- Conquistar os funcionários e compartilhar com eles esta nova visão do negócio, permitindo que eles se apropriem da iniciativa para que comecem a adotar um posicionamento condizente com tal proposta.

- Escolher de forma cuidadosa as políticas de ação, o que se caracteriza como um profundo trabalho de planejamento.
- Implementar as ações delineadas.
- Reforçar as práticas implementadas, tendo como base a própria postura do empreendedor perante as atividades e decisões rotineiras da empresa, bem como reconhecimento e valorização pessoal da atuação dos empregados.
- Estabelecer mecanismos de controle para avaliar regularmente a empresa.

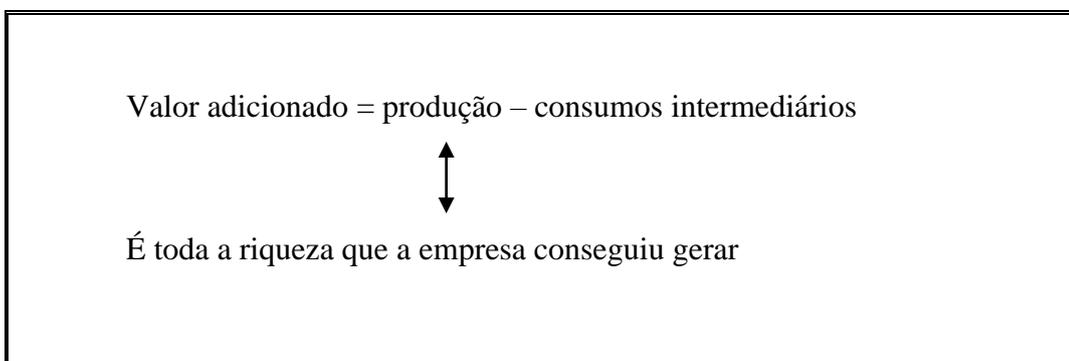
Evidencia-se que o que motiva a empresa a monitorar a aplicação de seus valores na prática é a preocupação com a responsabilidade social empresarial. Uma empresa cidadã precisa ser ética no comportamento com clientes, fornecedores, concorrentes, mas principalmente com seus colaboradores e cuidar para que exista um excelente ambiente interno, em que todos possam se desenvolver tanto profissional como pessoalmente.

2.3 Demonstração do Valor Adicionado

Como relata Luca (1998. p. 28), a Demonstração do Valor Adicionado é um conjunto de informações de natureza econômica. É um relatório contábil que visa demonstrar o valor da riqueza gerada pela empresa e a distribuição para os elementos que contribuíram para sua geração.

Ainda para a autora, o conceito de valor adicionado na economia é utilizado para mensurar as atividades econômicas de uma nação através da definição do seu Produto Nacional. Para tanto, a empresa é um dos elementos mais importantes, responsável pela produção econômica nacional.

Resumidamente:



A contabilidade se utiliza da Demonstração do Valor Adicionado para identificar e divulgar a riqueza gerada pela empresa e de que forma é distribuída entre os setores que contribuíram, direta ou indiretamente, como sócios, instituições financeiras, governo e funcionários.

De acordo com Tinoco (1984, p.64): o valor adicionado bruto ou agregado – VAB – significa que para exercer sua atividade toda empresa deve procurar no mercado bens e serviços. Ela utiliza os equipamentos, seus capitais, o trabalho de seus assalariados para realizar outros bens e serviços, que por seu lado serão vendidos.

Segundo Kroetz (2000, p. 42), o somatório do valor adicionado de cada entidade representa a quantificação do PIB produzido em determinada atividade, região, ou ainda é um instrumento real para preparação metodológica do PIB de um país, Estado ou município.

Quadro nº 5 – Distribuição do Valor Adicionado

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO

	2000	2001	2002	TOTAL

RECEITA TOTAL	19.687.759,63	19.586.621,59	20.617.828,34	59.892.209,56
(-) GRATUIDADES CONCEDIDAS	2.726.305,86	2.669.172,37	3.318.100,01	8.713.578,24
(-) DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	4.259.817,45	4.935.470,35	3.687.843,59	12.883.131,39
(-) DEPRECIACÕES	1.197.745,75	1.263.763,00	2.028.703,78	4.490.212,53
= VALOR ADICIONADO LÍQUIDO	11.503.890,57	10.718.215,87	11.583.180,96	33.805.287,40
DISTRIBUIO DO VALOR ADICIONADO LÍQUIDO	11.503.890,57	10.718.215,87	11.583.180,96	33.805.287,40
EMPREGADOS	8.825.601,02	9.518.578,49	9.687.439,90	28.031.619,41
Professores	4.781.652,59	4.065.924,90	3.768.989,05	12.616.566,54
Funcionários	1.755.829,65	2.984.873,98	3.406.892,36	8.147.595,99
Encargos Sociais	2.288.118,78	2.467.779,61	2.511.558,49	7.267.456,88
GOVERNO	48.016,66	34.854,17	24.600,71	107.471,54
Impostos e Taxas	48.016,66	34.854,17	24.600,71	107.471,54
INVESTIMENTOS SOCIAIS	682.185,17	712.720,34	897.909,19	2.292.814,70
Auxílios a Pessoas e Entidades	366.770,78	221.799,63	307.055,42	895.625,83
Promoção Humana	315.414,39	490.920,71	590.853,77	1.397.188,87
SUPERÁVIT	1.948.087,72	452.062,87	973.231,16	3.373.381,75

Fonte: SOME

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 A empresa

O trabalho foi desenvolvido na Sociedade Meridional de Educação (SOME), entidade com sua sede na cidade de Santa Maria – RS, na Rua Alberto Pasqualini, 111/1001.

A SOME, conforme seu Estatuto: tanto objetiva criar, congrega, dirigir e manter instituições que visem à beneficência, à promoção humana, à educação, à cultura, ao ensino e à assistência social, quanto ela própria realizar estas mesmas atividades. A SOME tem registro: 1. No Cartório Civil do Registro Civil das Pessoas Jurídicas, sob o número de ordem 464, no Livro A nº 5, às folhas 212 vº, de 3 de setembro de 1975, em Santa Maria, RS. 2. No Conselho Nacional de Serviço Social (CNSS), desde 16 de dezembro de 1966, pelo Processo nº 641123/65. 3. No Cadastro Geral dos Contribuintes (CGC) da Secretaria da Receita Federal, sob n.º 92.023.159/0001-40. A SOME tem ainda. 1. Decreto de Utilidade Pública Federal n.º 53.370, de 31 de dezembro de 1963 e publicado no DOU em 14 de janeiro de 1964. 2. Registro na Secretaria de Trabalho e Ação Social (Anexo), RS, sob o n.º 672, de 26 de maio de 1972, Fl 32 Liv. A-1. 3. Certificado de Fins Filantrópicos, válido por tempo indeterminado, emitido pelo CNSS, desde 13 de outubro de 1975, conforme o Processo nº 223.045/75. 4. Decreto de Utilidade Pública Municipal (Anexo) de Santa Maria, conforme a Lei Municipal nº 3481/92, de 03/06/1992.

Em sua cultura, os princípios, missão e visão estão muito bem estabelecidos:

✓ MISSÃO

Evangelizar crianças e jovens, preferencialmente os empobrecidos, num processo criativo e atualizado de educação e promoção humana – segundo o Carisma Marista, que harmoniza fé, cultura e vida – para que se tornem “bons cristãos e virtuosos cidadãos”.

✓ **VISÃO**

Ser uma instituição de vanguarda na educação, na evangelização, na ação solidária e na gestão dos recursos e dos serviços.

✓ **PRINCÍPIOS**

1. Compromisso com a formação cristã e a excelência acadêmica.
2. Integração com a comunidade.
3. Ética nas ações e relações.
4. Promoção da cultura e da solidariedade.
5. Valorização da vida e preservação do meio ambiente.
6. Formação e atualização permanentes dos recursos humanos.
7. Valorização dos recursos humanos.
8. Compromisso com o Carisma Marista.
9. Atualização e uso eficaz dos recursos tecnológicos.
10. Compromisso prioritário com os empobrecidos.
11. Parceria de Irmãos e Leigos na Missão.

3.1.1 Estabelecimentos e Entidades com Personalidade Jurídica Mantidos pela SOME

QUADRO III – Estabelecimentos mantidos pela SOME

Colégio Marista Roque Gonçalves (Cachoeira do Sul – RS)	Colégio Marista São Pedro (Porto Alegre – RS)
Escola Marista de Ensino Fundamental São Gabriel (São Gabriel – RS)	Escola Marista de Ensino Fundamental N.ª S.ª Medianeira (Erechim – RS)
Colégio Marista Santa Maria (Santa Maria – RS)	Colégio Marista Santanense (Sant´Ana do Livramento – RS)
Colégio Marista N.ª S.ª da Conceição (Passo Fundo – RS)	Colégio Marista Santo Ângelo (Santo Ângelo – RS)
Colégio Marista Sant´Ana (Uruguaiana – RS)	Centro Social Marista Santa Marta (Santa Maria – RS)
Escola Marista de Ensino Fundamental Santa Marta (Santa Maria – RS)	Colégio Marista (Santa Maria – RS)
Instituto Marcelino Champagnat (Passo Fundo – RS)	Marcenaria São José (Santa Maria – RS)
Centro de Formação Marista Santo Ângelo (Santo Ângelo – RS)	Casa de Repouso (Santa Maria – RS)

Fonte: SOME

3.1.2 Núcleos Maristas de Assistência Social e Promoção Humana

QUADRO IV – Núcleos mantidos pela SOME

Comunidade Marista Nossa Senhora de Fátima (Cruz Alta – RS)	Comunidade Marista Nossa Senhora de Nazaré (Cruzeiro do Sul – AC)
Comunidade Marista Santa Maria Tarauacá - AC	Comunidade Marista de Rio Branco Rio Branco - AC

Fonte: SOME

3.1.3 Atividades Desenvolvidas na Área Social (Exercício 2000)

a) **Amparo a Entidades Sociais Afins Através de Parcerias**

A Sociedade Meridional de Educação (SOME), entidade tomada como campo de estudo, mantém projetos de serviço social em parceria com diversas entidades sociais afins. As entidades parceiras atendem aos destinatários da Lei Orgânica de Assistência Social (LOAS) e estão inscritas no Conselho Municipal de Assistência Social (CMAS).

➤ **Descrição das ações desenvolvidas**

1. Destinação de recursos financeiros para as entidades parceiras de acordo com o projeto elaborado;

2. Contatos diretos com os responsáveis pelas entidades;
3. Visitas nas entidades sociais parceiras, por técnico de serviço social, visando acompanhamento, monitoramento e avaliação do projeto realizado em parceria.

➤ **Público alvo**

Destinatários da Lei Orgânica de Assistência Social (LOAS). São eles: PPDs, crianças, adolescentes, idosos e outros.

- **Nº de beneficiados:** 1.266
- **Valor destinado à atividade social:** R\$ 282.373,02

b) Inserção e Promoção Humana

Serviços mantidos pela SOME que visam a promoção social das pessoas, famílias e grupos em situação de pobreza e/ou vulnerabilidade social, em diversas regiões do estado e do país.

➤ **Descrição das ações**

1. Visitas domiciliares e/ou entrevista com o núcleo familiar;
2. Encaminhamentos para a confecção de documentos;
3. Palestras preventivas com temas como: AIDS, drogas, higiene, família, doenças sexualmente transmissíveis e outras, para alunos das comunidades periféricas;
4. Inclusão de projetos de geração de trabalho e renda como cozinhas comunitárias.

➤ **Público alvo**

Famílias carentes, adolescentes, jovens, população adulta desempregada, alunos das escolas públicas da periferia, entre outros.

➤ **Nº de beneficiados:** 273

➤ **Valor destinado à atividade social:** R\$ 214.009,19

c) Proteção às Famílias

Os serviços mantidos pela SOME, são em prol do atendimento social às famílias e indivíduos que buscam auxílio material ou orientações. O serviço geralmente é realizado por técnico da área de serviço social, psicologia ou pedagogia.

➤ **Descrição das Atividades**

1. Acolhimento ao usuário, elaboração de estudo social, através de entrevista e/ou visita domiciliar para identificação e posterior atendimento da necessidade apresentada;

2. Repasse de benefícios eventuais como passagens, alimentação, tratamento médico especializado e outros. Os usuários geralmente são encaminhados pelos Conselhos Tutelares, bem como rede de atendimento;

3. Informações sobre os recursos e serviços disponíveis no município e região.

➤ **Público alvo**

Famílias e indivíduos em situação de vulnerabilidade social.

- **Nº de beneficiados:** 2.365
- **Valor destinado à atividade social:** R\$ 84.397,76

d) Obras Sociais – Promoção da Cidadania

O serviço prestado pela entidade direciona-se à comunidade local, onde estão inseridas suas obras sociais, buscando a integração das famílias e da comunidade, visando o fortalecimento entre as gerações, socialização de seus membros e conseqüentemente melhoria na qualidade de vida.

- **Descrição das ações**

1. Visitas domiciliares e cadastro das famílias;
2. Atendimento integrado à família e à comunidade, propiciando a melhoria da qualidade de vida;
3. Encaminhamentos para o serviço de saúde (alcoolismo, drogas, atendimento odontológico), e programas de atenção a crianças e adolescentes;
4. Inserção de grupos de geração de renda existentes na comunidade.

- **Público alvo**

Famílias carentes, crianças e adolescentes.

- **Nº de beneficiados:** 264
- **Valor destinado à atividade social:** R\$ 101.405,20

e) Geração de Renda e Emprego

Sob este aspecto, a SOME apóia a inserção social de pessoas, famílias e grupos em situação de pobreza em ações de geração de trabalho e renda.

➤ Descrição das ações

Estabelecimento de parcerias para assessorar unidades produtivas e/ou unidades cooperativas.

➤ Público alvo

Pessoas em situação de pobreza com insuficiência de renda.

➤ N° de beneficiados: 35

➤ Valor destinado à atividade social: R\$ 28.250,00

Total de serviços de assistência social em 2000: R\$ 710.435,17

Total de beneficiados: 4.203

f) Demonstração dos serviços prestados em educação (2000)

Nº total de alunos matriculados	7.267
Nº total de alunos gratuitos	1.008
Nº total de alunos c/ gratuidade total	1.227
Nº total de alunos pagantes	5.032
Custo total das gratuidades totais	2.044.729,40
Custo total das gratuidades parciais	681.576,46
Custo total das gratuidades	2.726.305,56

Fonte: SOME

g) Total de beneficiados com gratuidades e projetos de assistência social (2000)

Beneficiados	2000
Total de beneficiados c/ gratuidades escolares	2.235
Total de beneficiados c/ assistência social	4.203
Total de beneficiados	6.436
Custo total (R\$)	3.436.741,03

Fonte: SOME

3.1.4 Atividades Desenvolvidas na Área Social (Exercício 2001)

a) Amparo a Entidades Sociais Afins Através de Parcerias

Conforme já descrito, os projetos de serviço social mantidos pela SOME em parceria com entidades sociais afins atendem aos destinatários da Lei Orgânica de Assistência Social e estão inscritas no Conselho Municipal de Assistência Social.

✓ Descrição das Ações

1. Destinação de recursos financeiros para as entidades parceiras de acordo com o projeto elaborado;
2. Contatos diretos com os responsáveis pelas entidades;
3. Visita às entidades sociais parceiras, por técnico do serviço social para acompanhamento, monitoramento e avaliação do projeto em parceria.

✓ Público alvo

Destinatários da LOAS (PPDs, crianças, adolescentes, idosos e outros).

✓ N° de beneficiados: 441

✓ Valor destinado a atividade social: R\$ 76.821,74

b) Inserção e Promoção Humana

São mantidos serviços que visam a promoção social das pessoas, famílias e grupos em situação de pobreza e/ou vulnerabilidade social, em diversas regiões do estado e do país.

✓ **Descrição das ações**

1. Visitas domiciliares e/ou entrevista com o núcleo familiar;
2. Encaminhamentos para a confecção de documentos;
3. Palestras preventivas com temas como: AIDS, drogas, higiene, família, doenças sexualmente transmissíveis e outras, para alunos das comunidades periféricas;
4. Inclusão de projetos de geração de trabalho e renda como cozinhas comunitárias.

✓ **Público Alvo**

Famílias carentes, adolescentes, jovens, população adulta desempregada, alunos das escolas públicas da periferia, entre outros.

✓ **Nº de beneficiados:** 459

✓ **Valor destinado à atividade social:** R\$ 462.172,06

c) Proteção às Famílias

São executados serviços de atendimento social às famílias e indivíduos que buscam auxílio material ou orientações.

✓ **Descrição das atividades**

1. Acolhimento ao usuário, elaboração de estudo social, através de entrevista e/ou visita domiciliar para identificação e posterior atendimento da necessidade apresentada;
2. Repasse de benefícios eventuais como passagens, alimentação, tratamento médico especializado e outros. Os usuários geralmente são encaminhados pelos Conselhos Tutelares, bem como rede de atendimento;

3. Informações sobre os recursos e serviços disponíveis no município e região.

✓ **Público Alvo**

Famílias e indivíduos em situação de vulnerabilidade social.

✓ **Nº de beneficiados:** 4.353

✓ **Valor destinado às atividades sociais:** R\$ 144.977,89

d) Obras Sociais – Promoção da Cidadania

O serviço prestado pela entidade direciona-se à comunidade local, onde estão inseridas suas obras sociais, buscando a integração das famílias e da comunidade, visando o fortalecimento entre as gerações, socialização de seus membros e conseqüentemente melhoria na qualidade de vida.

✓ **Descrição das ações**

1. Apoio Sócio-Educativo em Meio Aberto, destinado ao atendimento de crianças e adolescentes de 07 a 14 anos de idade, em turno inverso ao da escola, onde as mesmas participam do reforço escolar, oficinas de informática, teatro e outras;

2. Alfabetização de Jovens e Adultos – oferecido no turno da noite, a jovens e adultos carentes, em situação de vulnerabilidade social;

3. Visitas domiciliares e cadastros das famílias;

4. Atendimento integrado à família e à comunidade, propiciando a melhoria da qualidade de vida;

5. Encaminhamentos para serviço de saúde (alcoolismo, drogas), e a programas de atenção a crianças e adolescentes;

6. Inserção de grupos de geração de renda existentes na comunidade.

✓ **Público Alvo**

Famílias carentes, crianças e adolescentes.

✓ **Nº de beneficiados:** 3.266

✓ **Valor destinado às atividades sociais:** R\$ 102.494,06

e) Geração de Emprego e Renda

A entidade apóia a inserção social de pessoas, famílias e grupos em situação de pobreza em ações de geração de trabalho e renda.

✓ **Descrição das Ações**

1. Estabelecimento de parcerias para assessorar unidades produtivas;

2. Formação de grupos cooperativos.

✓ **Público Alvo**

Pessoas em situação de pobreza com insuficiência de renda.

✓ **Nº de beneficiados:** 56

✓ **Valor destinado às atividades sociais:** R\$ 28.748,65

Total de serviços de assistência social em 2001: R\$ 815.214,40

Total de beneficiados: 8.575

f) Demonstração dos serviços prestados em educação (2001)

Nº total de alunos matriculados	6.602
Nº total de alunos gratuitos	926
Nº total de alunos c/ gratuidade total	1.174
Nº total de alunos pagantes	4.502
Custo total das gratuidades totais	1.749.323,37
Custo total das gratuidades parciais	919.849,00
Custo total das gratuidades	2.669.172,37

Fonte: SOME

g) Total de beneficiados com gratuidades e projetos de assistência social (2001)

Beneficiados	2001
Total de beneficiados c/ gratuidades escolares	2.100
Total de beneficiados c/ assistência social	8.575
Total de beneficiados	10.675
Custo total (R\$)	3.484.386,77

Fonte: SOME

3.1.5 Atividades Sociais Realizadas no Exercício de 2002

a) Amparo a Entidades Sociais Afins Através de Parcerias

A SOME continua mantendo projetos de serviço social em parceria com diversas entidades sociais afins, sendo que as entidades parceiras atendem aos destinatários da LOAS.

✓ Descrição das ações

1. Destinação de recursos financeiros para as entidades parceiras de acordo com o projeto elaborado;
2. Contatos diretos com os responsáveis pelas entidades;
3. Visita às entidades sociais parceiras, por técnico do serviço social para acompanhamento, monitoramento e avaliação do projeto em parceria.

✓ Público Alvo

Destinatários da LOAS (PPDs, crianças, adolescentes, idosos, e outros).

✓ **Nº de beneficiados:** 471

✓ **Valor destinado às atividades sociais:** R\$ 74.000,00

b) Inserção e Promoção Humana

Dando continuidade aos serviços de promoção social das pessoas, famílias e grupos em situação de pobreza e/ou vulnerabilidade social, em diversas regiões do estado e do país.

✓ Descrição das Ações

1. Visitas domiciliares e/ou entrevista com o núcleo familiar;

2. Encaminhamentos para a confecção de documentos;
3. Palestras preventivas com temas como: AIDS, drogas, higiene, família, doenças sexualmente transmissíveis e outras, para alunos das comunidades periféricas;
4. Inclusão de projetos de geração de trabalho e renda como cozinhas comunitárias.

✓ **Público Alvo**

Famílias carentes, adolescentes, jovens, alunos das escolas públicas da periferia e outros.

✓ **Nº de beneficiados:** 389

✓ **Valor destinado às atividades sociais:** R\$ 561.555,12

c) Proteção às Famílias

Neste aspecto, também se verifica a continuidade da ação social da SOME.

✓ **Descrição das atividades**

1. Acolhimento ao usuário, elaboração de estudo social, através de entrevista e/ou visita domiciliar para identificação e posterior atendimento da necessidade apresentada;
2. Repasse de benefícios eventuais como passagens, alimentação, tratamento médico especializado e outros. Os usuários geralmente são encaminhados pelos Conselhos Tutelares, bem como rede de atendimento;
3. Informações sobre os recursos e serviços disponíveis no município e região.

✓ **Público Alvo**

Famílias e indivíduos em situação de vulnerabilidade social.

✓ **Nº de beneficiados:** 1.019

✓ **Valor destinado às atividades sociais:** R\$ 53.561,26

d) Obras Sociais – Promoção da Cidadania

A entidade atende sua missão perfeitamente, pois segue visando o fortalecimento entre as gerações, socialização de seus membros e conseqüentemente melhoria na qualidade de vida.

É proporcionado, gratuitamente, Apoio Sócio-Educativo em Meio Aberto – ASEMA nas mantidas dos seguintes municípios: Santo Ângelo, Sant´Ana do Livramento, Cachoeira do Sul e Santa Maria. Na mantida de Uruguaiana é oferecida a modalidade de atendimento EJA (Educação de Jovens e Adultos).

✓ **Descrição das ações**

1. Apoio Sócio-Educativo em Meio Aberto, destinado ao atendimento de crianças e adolescentes de 07 a 14 anos de idade, em turno inverso ao da escola, onde as mesmas participam do reforço escolar, oficinas de informática, teatro e outras;
2. Alfabetização de Jovens e Adultos – oferecido no turno da noite, a jovens e adultos carentes, em situação de vulnerabilidade social;
3. Visitas domiciliares e cadastros das famílias;
4. Atendimento integrado à família e à comunidade, propiciando a melhoria da qualidade de vida;

5. Encaminhamentos para serviço de saúde (alcoolismo, drogas), e a programas de atenção a crianças e adolescentes;

6. Inserção de grupos de geração de renda existentes na comunidade.

✓ **Público Alvo**

Famílias em situação de vulnerabilidade social, jovem e população adulta desempregada. Crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

✓ **Nº de beneficiados:** 2.240

✓ **Valor destinado às ações sociais:** R\$ 179.494,16

e) Geração de Renda e Emprego

A entidade apóia a inserção social de pessoas, famílias e grupos em situação de pobreza em ações de geração de trabalho e renda.

✓ **Descrição das Ações**

1. Estabelecimento de parcerias para assessorar unidades produtivas;

2. Formação de grupos cooperativos.

✓ **Público Alvo**

Pessoas em situação de pobreza com insuficiência de renda.

✓ **Nº de beneficiados:** 56

✓ **Valor destinado às atividades sociais:** R\$ 29.298,65

Total de serviços de assistência social em 2002: R\$ 897.909,19

Total de beneficiados: 4.175

f) Demonstração dos serviços prestados em educação (2002)

Nº total de alunos matriculados	6.048
Nº total de alunos gratuitos	1.127
Nº total de alunos c/ gratuidade total	922
Nº total de alunos pagantes	3.999
Custo total das gratuidades totais	2.621.299,01
Custo total das gratuidades parciais	696.801,00
Custo total das gratuidades	3.318.100,01

Fonte: SOME

g) Total de beneficiados com gratuidades e projetos de assistência social (2002)

Beneficiados	2002
Total de beneficiados c/ gratuidades escolares	2.049
Total de beneficiados c/ assistência social	4.175
Total de beneficiados	6.224
Custo total (R\$)	4.216.009,20

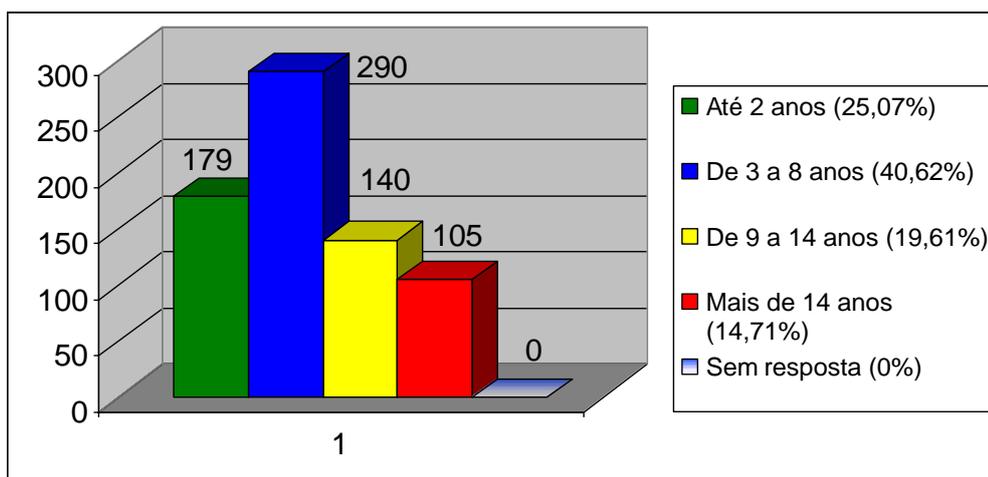
Fonte: SOME

3.1.6 Gráficos da Evolução de Alguns Indicadores Avaliados

A SOME, através da equipe de Planejamento Estratégico, desenvolveu uma pesquisa de forma a diagnosticar o Clima Organizacional de suas escolas. Através dessa avaliação, foi possível verificar o índice de satisfação dos colaboradores da entidade.

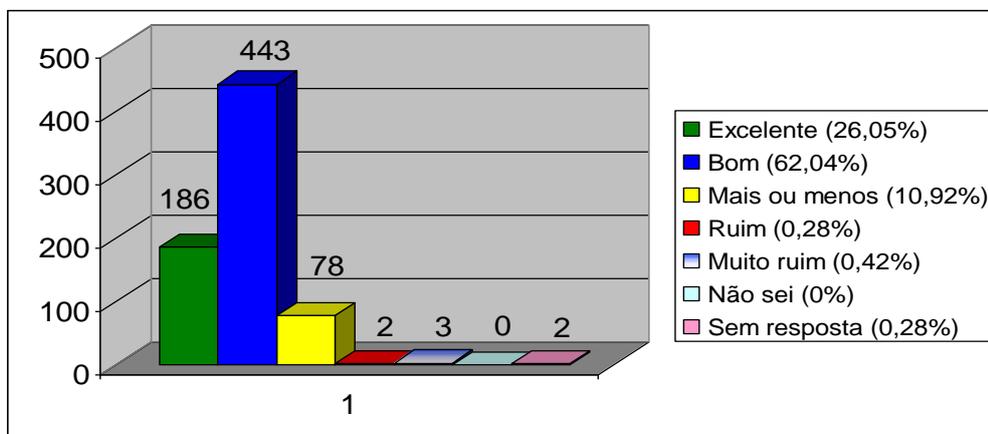
A importância dessa pesquisa refletiu na inovação e melhorias de estratégias da gestão empresarial, além de ser uma ferramenta valiosa na elaboração do Balanço Social da SOME. A seguir, evidencia-se o comportamento de alguns indicadores abordados no Balanço Social 2002 da SOME:

Gráfico 1 –Tempo de trabalho na escola



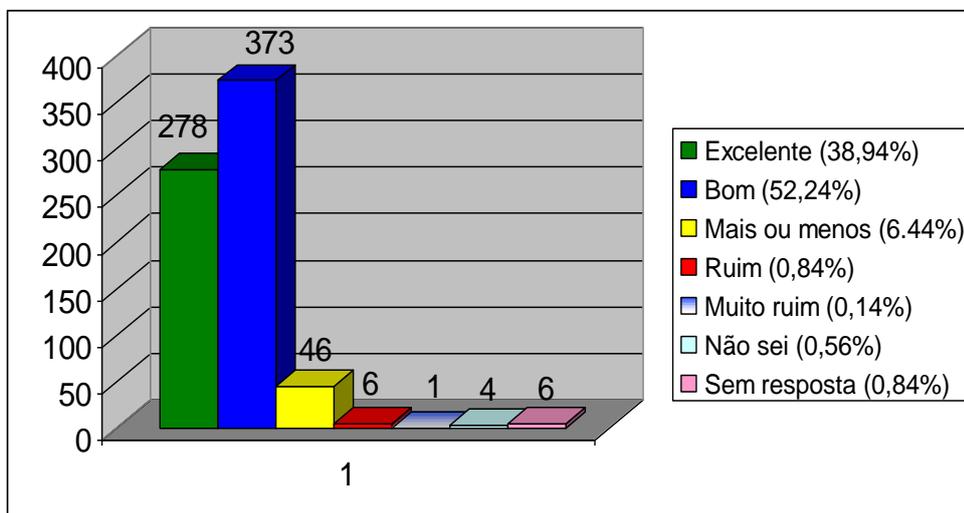
O gráfico apresentado indica o tempo dispensado pelos colaboradores a serviço da empresa. Indica o percentual de colaboradores e a quantidade dos mesmos em escalas de períodos disponibilizados à empresa.

Gráfico 2 - Relacionamento entre pessoas



Outro indicador relevante no Balanço Social é o relacionamento das equipes de trabalho. O capital intelectual de uma entidade é seu mais valioso patrimônio, por isso merece um acompanhamento especial. O gráfico anterior conduz a uma interpretação do relacionamento das pessoas que trabalham na entidade.

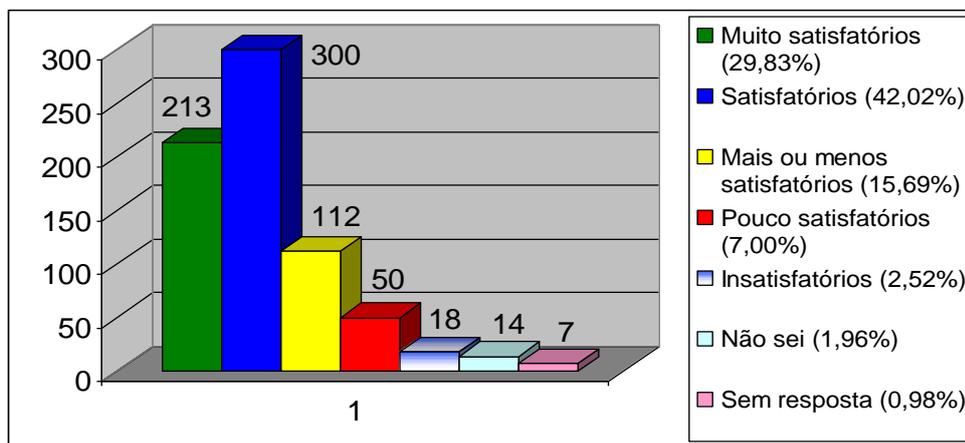
Gráfico 3 – Relacionamento com a Direção



O Balanço Social como instrumento de mensuração torna-se um grande apoio aos gestores em vários aspectos. Como mostra o gráfico exposto,

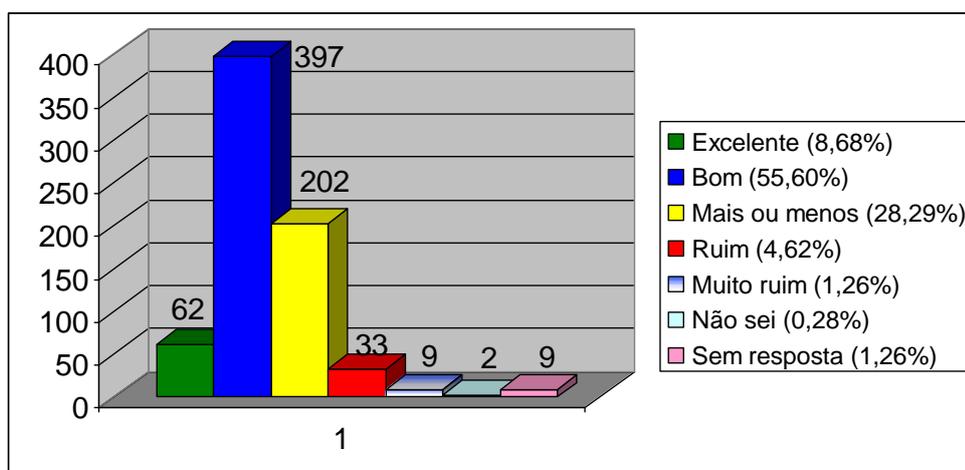
serve também para avaliar as relações da alta administração com os empregados.

Gráfico 4 – Treinamento e/ou qualificação oferecidos



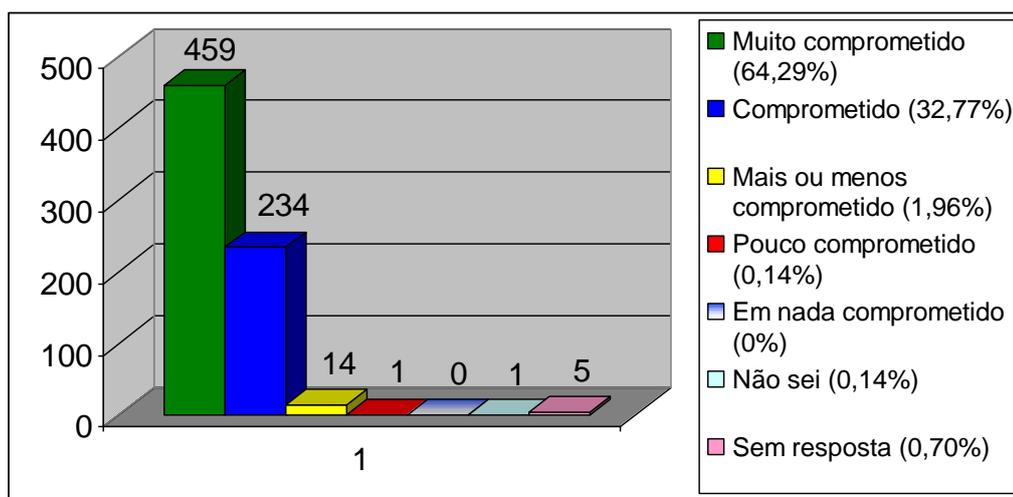
Como já foi visto anteriormente, o Balanço Social também demonstra o investimento que a empresa disponibilizou em qualificação e aperfeiçoamento das pessoas que integram a organização. Através do Planejamento Estratégico a empresa pode avaliar o grau de satisfação de sua equipe com relação a esse indicador.

Gráfico 5 - Salário de acordo com as funções



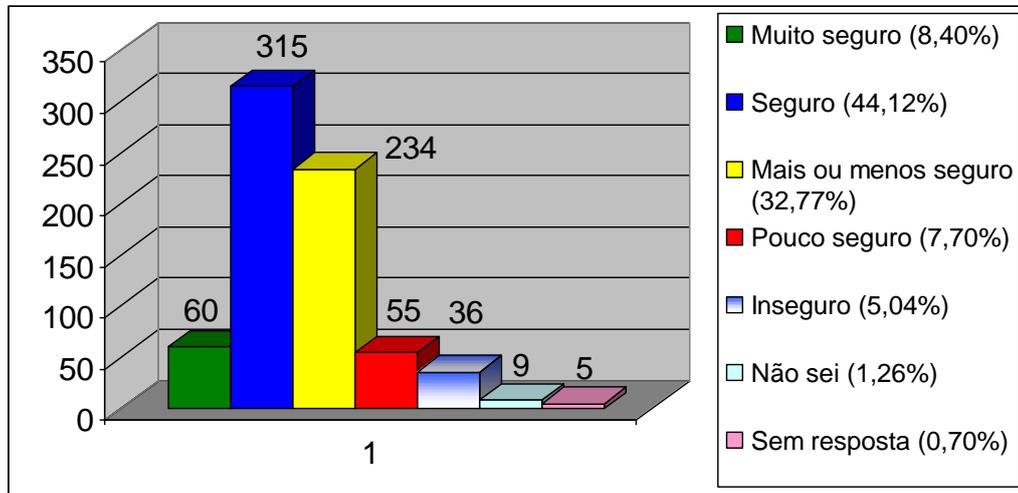
Uma remuneração digna é direito de todos os trabalhadores. Diante disso, o Balanço Social é uma ferramenta que demonstra para a sociedade como a empresa trata a questão dos salários e como esse indicador interfere na produtividade e andamento da rotina empresarial.

Gráfico 6 - Comprometimento com a escola



O gráfico mostra o grau de envolvimento do corpo funcional com a organização. Nota-se que através do Balanço Social muitas informações ganham destaque, transformando-se em importantes elementos no demonstrativo social das ações da empresa.

Gráfico 7 – Relação de estabilidade no emprego



Outro fator que merece ênfase no Balanço Social é a estabilidade perante cargos ocupados. Através do Balanço Social é possível avaliar a rotatividade, bem como a estabilidade dos empregados na empresa. Para muitas organizações, a chave do sucesso concentra-se em minimizar a rotatividade, maximizando a qualificação do trabalho.

3.1.7 VOLUNTARIADO

Conforme artigo elaborado por Mónica Corullón, a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, definiu-se o voluntário como ator social e agente de transformação, que presta serviços não remunerados em benefício da comunidade; doando seu tempo e conhecimentos, realiza um trabalho gerado pela energia de seu impulso solidário, atendendo tanto às necessidades do próximo ou aos imperativos de uma causa, como às suas próprias motivações pessoais, sejam estas de caráter religioso, cultural, filosófico, político, emocional.

Ao analisar os motivos que mobilizam em direção ao trabalho voluntário, descobrem-se, entre outros, dois componentes fundamentais: o de cunho pessoal, a doação de tempo e esforço como resposta a uma inquietação interior que é levada à prática, e o social, a tomada de consciência dos problemas ao se enfrentar com a realidade, o que leva à luta por um ideal ou ao comprometimento com uma causa.

De acordo com a Rede de Informações do Terceiro Setor, a atuação voluntária é antiga, mas, devido ao crescimento da procura por pessoas interessadas em ajudar as entidades, foi preciso regulamentá-la. Por isso, com o intuito de distingui-la e fixar um limite entre o serviço voluntário e a relação de emprego, surgiu a Lei nº 9.608/98 que direciona juridicamente o trabalho voluntário.

Com essa lei, foi criado o Termo de Adesão, que trata de um contrato estabelecido entre organizações e voluntários. O pacto existe entre ambos e deve obedecer às mesmas características do contrato: partes capazes, objeto lícito e forma prescrita em lei. A função é documentar a procura de proponentes ao exercício voluntário com a conseqüente oferta de suas limitações e, de outro lado, o compromisso de uma pessoa em prestar serviços sem receber pagamento por isso. Logo, há duas propostas: uma da instituição e outra do voluntário.

✓ **Lançamento do Programa Parceiros Voluntários no Colégio Marista Santa Maria**

O Colégio Marista Santa Maria firma convênio de parceria e desenvolvimento do Programa Voluntariado da Escola – PVE, desenvolvido pela ONG Parceiros Voluntários, unidade Santa Maria, sediada na Câmara de Comércio e Indústria de Santa Maria (CACISM).

O grande objetivo é oportunizar aos alunos do Ensino Fundamental (maiores de 14 anos) e do Ensino Médio o desenvolvimento de trabalho voluntário e solidário, organizado e responsável segundo as exigências legais do trabalho voluntário, tendo como pressupostos os ideais Maristas de solidariedade, de sensibilidade, de concepção humana e social e de transformação da realidade.

✓ **Princípios básicos do voluntariado jovem:**

- a conscientização dos jovens sobre o seu papel próativo em ações de transformação da realidade social é determinante para o desenvolvimento e difusão da cultura do voluntariado organizado;
- a responsabilidade da Escola como co-participante na criação e coordenação de Projetos Sociais nos quais os jovens possam se engajar e exercer sua cidadania.
- a partilha, através da canalização do “espírito” inconformado, criativo, empreendedor e solidário do jovem para o protagonismo da ética da vida.

✓ **Exercício 2000**

Através do projeto “A realização pessoal acontece na solidariedade”, o colégio Marista Santa Maria deu início à sensibilização e mobilização dos educandos do Ensino Médio para o trabalho solidário, objetivando superação da cultura do trabalho assistencial, promovendo uma interação com os um grupo de crianças em situação de risco, desafiando os educandos a colocar à disposição seus dons pessoais para ajuda e para convivência no resgate da dignidade humana.

Alguns dados relevantes:

- N.º de alunos voluntários: 20
- Organização atendida: Banco da Esperança
- Projetos atendidos: Projeto Criança Esperança – Trabalho Solidário e Projeto Solidariedade 2000
- Atividades desenvolvidas: aulas de reforço escolar, recreação e teatro.

Fonte: Colégio Marista Santa Maria

✓ **Exercício 2001**

Com o lançamento do Programa Voluntariado da Escola - PVE inicia-se uma experiência-piloto, única em Santa Maria. Sensibilizados e mobilização pelo lema “quando você abraça uma causa, toda causa abraça você”, os alunos assumem a proposta e são organizados pela disponibilidade e interesse para o trabalho nas Organizações conveniadas à Ong Parceiros Voluntários.

O voluntariado desafia o jovem a uma coerência pessoal, a um estilo de vida em que a alegria, a partilha, a abertura ao outro configuram-se num modo de ser e situar-se no mundo.

Alguns dados relevantes:

- Nº de alunos parceiros: 132
- Outros parceiros: 1 ex-aluno, 2 pais, 5 professores
- Organizações atendidas: Creche Santa Rita, Lar de Joaquina, Asilo Oscar Pitan, Creche Pe. Orlando, Lar de Miriam, Lar das Vovozinhas, Centro Social Urbano, Projeto Criança Esperança e Escola Pão dos Pobres.
- Atividades desenvolvidas: atendimentos a idosos, recreação, reforço escolar, teatro, música.

Fonte: Colégio Marista Santa Maria

Alocação dos 132 alunos parceiros	
91	Trabalham em organizações conveniadas à ONG Parceiros Voluntários.
16	Trabalham como Parceiros Eventuais
17	Desligaram-se do programa
8	Trabalham com a Turma do Ique do Hospital Universitário de Santa Maria – RS

Fonte: Colégio Marista Santa Maria

Horas de trabalho voluntário mensal dos alunos parceiros	
Mês	Horas / Trab. Vol. Mensal
Maio	1.233 h
Junho	1.302 h
Julho	940 h
Agosto	944 h
Setembro	1.064 h
Outubro	1.088 h
Novembro	1.088 h
Total	7.659 h

Fonte: Colégio Marista Santa Maria

✓ **Exercício 2002**

A experiência do voluntariado jovem do Colégio Marista Santa Maria tem mostrado ser um recurso pedagógico mobilizador de consciências e ações aos apelos dos excluídos da sociedade. A eficácia deste programa reflete-se no desenvolvimento de: empatia humana e alteridade, cidadania ativa, percepção e sensibilidade, habilidades pessoais, capacidade de reflexão e de interpretação da realidade social, auto-estima, iniciativa e autoconfiança, habilidades de conviver e

trabalhar em equipe, capacidade de propor, executar e analisar projetos e, ainda, capacidade de liderança e responsabilidade social.

Pode-se afirmar com certeza que o trabalho voluntário é uma “escola” de cidadania e humanidade onde são formados os novos cidadãos do mundo que no futuro darão uma nova direção a sociedade respeitando o sonho da comunidade humana que é a felicidade, a liberdade, a dignidade e a paz.

Alguns dados relevantes:

- N.º de alunos parceiros: 142
- Projetos atendidos: Parceiro virtual – chat turma do IQUE, mensagem do coração – cartas das vovós do Lar das Vovozinhas, reforço escolar – Recanto Esperança.
- Organizações atendidas: Centro social Urbano, Lar de Miriam, Lar da Vovozinhas, Escola Infantil Borges de Medeiros, Escola Infantil Pe. Orlando, Lar Vila das Flores, Escola Infantil Providência.

Fonte: Colégio Marista Santa Maria

Total de parceiros voluntários (142)	
Meninos	Meninas
34	108

Fonte: Colégio Marista Santa Maria

4 METODOLOGIA

Para a execução deste trabalho, foram utilizadas ferramentas que dessem credibilidade e confiança às informações prestadas. Diante disso, uma vasta bibliografia foi utilizada, com autores renomados na área e profissionais atuantes. As obras serviram de base para a fundamentação teórica do assunto.

Também foram instrumentos metodológicos, recursos de comparação entre vários balanços publicados, os quais atendiam a diversas áreas e realidades diferentes. Assim, pode-se criar um modelo de Balanço Social que atendesse às expectativas dos usuários. As pesquisas virtuais garantiram uma maior segurança no que se refere à atualização das informações, pois muitas obras já estavam desatualizadas sob alguns aspectos demonstrados no trabalho.

O sistema de controle interno e informações da empresa onde foi elaborado o Balanço Social serviu de suporte às fundamentações iniciais. Utilizaram-se várias informações internas da empresa através da coleta de dados. Os setores de contabilidade, departamento pessoal, planejamento estratégico e assistência social da entidade tomada como campo de estudo também foram colaboradores fundamentais neste estudo.

Além disso, relatórios, planilhas e demonstrativos contábeis da SOME foram utilizados para compor o trabalho.

Seminários e convenções, órgãos públicos, agências de publicidade (Usina Bugger), entre outros, serviram de agentes colaboradores para o desencadeamento da pesquisa.

Contou-se também com o corpo administrativo da empresa, que tornou o trabalho mais produtivo, por serem pessoas engajadas em ações sociais.

Para a elaboração do Balanço Social da entidade foi utilizado o modelo proposto por Kroetz, que cria um enfoque gerencial. De forma a atender a realidade da empresa, alguns aspectos do modelo para instituições de ensino,

fundações e organizações sociais do IBASE também foram tomados como referência, além de indicadores próprios da entidade.

O trabalho contou também com a utilização de uma Pesquisa de Clima Organizacional, desenvolvida pelo Planejamento Estratégico da SOME. Essa pesquisa foi de grande valia na elaboração do Balanço Social, pois evidenciava alguns indicadores relevantes.

5 CONCLUSÃO

Ao término deste trabalho, pode-se perceber a importância de uma entidade assumir uma postura ética e socialmente responsável diante do mercado para garantir sua saúde empresarial. Além de criar iniciativas bem aceitas pela sociedade, o comprometimento social tem levado várias empresas a expandirem seus negócios de maneira transparente e responsável.

Com esse estudo, pode-se analisar que o instrumento de mensuração da responsabilidade social é o Balanço Social e que ele pode ser usado como um importante aliado na gestão empresarial das organizações.

Através das informações abordadas, verificou-se também que a entidade tomada como objeto de estudo, está de acordo com seus princípios, missão e visão estabelecidos. Há uma consciência na cultura da empresa quanto a esses elementos.

O Balanço Social desenvolvido na entidade é sintético, resumido e transparente, ou seja, atende perfeitamente aos anseios da entidade e sociedade. Possui uma estrutura atualizada nos mais recentes modelos de Balanço Social e as informações contidas encontram suporte no sistema contábil da empresa.

Os indicadores contemplados no Balanço Social atendem aos diversos usuários, sendo relevantes para a entidade.

Conforme o estudo ganhava dimensões maiores, percebeu-se que as atividades desenvolvidas na área social visavam à promoção social das pessoas, bem como de famílias ou grupos em situação de pobreza ou vulnerabilidade social. As ações desenvolvidas estão ligadas ao propósito da instituição. Diante dessas circunstâncias, observou-se que a empresa tem um importante papel social, e que muitos são os beneficiados com suas ações.

Para concluir este estudo, é importante salientar que, em muitos projetos sociais a entidade mostrou uma expressiva evolução, colaborando com as ações sociais. E ainda, os recursos gerados pela referida empresa foram aplicados em suas finalidades institucionais, conforme seu estatuto social.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abrindo fronteiras: empresas articuladas e socialmente responsáveis. **Empresas & empresários**. Edição 9. Recife, 2002.

BOUDON, André. Social S.A. que dá. **Revista Conjuntura Econômica**, São Paulo, p. 31-35, fev.2002.

CUNHA, Aromildo Sprenger da, PEROTTONI, Marco Antônio. **Balanco Social**. Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul. Abr/jun.1997.

[HTTP://WWW.BALANCOSOCIAL.ORG.BR](http://www.balancosocial.org.br), acesso em 02-ago-2003.

[HTTP://WWW.ETHOS.ORG.BR](http://www.ethos.org.br), acesso em 12-jul-2003.

[HTTP://WWW.IBASE.ORG.BR/PAGINAS/BSMODELO.HTML](http://www.ibase.org.br/paginas/bsmodelo.html), p.1, acesso em 12-jul-2003.

[HTTP://WWW.IBASE.ORG.BR/PAGINAS/BSSUCUPIRA.HTML](http://www.ibase.org.br/paginas/bssucupira.html), p.1-2, acesso em 03-jul-2003.

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. **Seminário balanço social. Cidadania e Transparência Pública das Empresas**. Arte Maior Gráfica e Editora Ltda, 1998. Rio de Janeiro.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balanço social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LAMBRANHO, Lúcio. **È de pequeno que se aprende**. **Revista Empreendedor**. São Paulo, n 108, p. 20-26, out.2003.

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

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

NETO, Francisco P. de Melo. FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2001.

Práticas empresariais de responsabilidade social: relações entre os princípios do Global Compact e os indicadores Ethos de responsabilidade social / (Carmem Weigrill, coordenadora). São Paulo: Instituto Ethos, 2003.

SÁ, Antônio Lopes de, SÁ, A M. Lopes de . **Dicionário de Contabilidade**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SILVA, César Augusto Tibúrcio. FREIRE, Fátima de Souza. **Balanco Social: teoria e prática: inclui o Novo Modelo Ibase**. São Paulo: Atlas, 2001.

SPINELLI, Enory Luiz. Balanco Social: uma estratégia de mudança a favor da política social. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do RS**, Porto Alegre, n. 103, p. 60-68, dez.2000.

SUPLICY Marta, TAVARES Maria da Conceição, STARLING Sandra. **Projeto de Lei nº 3.116, de 1997**: Cria o balanço social para as empresas que menciona e dá outras providências.

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

TORRES, Ciro. **Responsabilidade social e transparência**.

VOIGT, Léo. Teia social – incentivos fiscais. **Revista Filantropia Voluntariado & Terceiro Setor**, São Paulo, n. 07, p.25, jul./ago.2003.