

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
ESPECIALIZAÇÃO EM CONTROLADORIA EMPRESARIAL**

**O BALANÇO SOCIAL COMO FERRAMENTA DE
GESTÃO NA COOPERATIVA TRITÍCOLA SEPEENSE
LTDA - COTRISEL**

ARTIGO CIENTÍFICO

Rivieri Cardoso Argenta

Santa Maria, RS, Brasil

2007

**O BALANÇO SOCIAL COMO FERRAMENTA DE GESTÃO
NA COOPERATIVA TRITÍCOLA SEPEENSE LTDA
COTRISEL**

POR

Rivieri Cardoso Argenta

Artigo científico apresentado no Curso de Especialização do Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Especialista em Controladoria Empresarial.**

Orientador: Prof. Gilberto Brondani

Santa Maria, RS, Brasil

2007

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Ciências Contábeis
Especialização em Controladoria Empresarial**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova o Artigo Científico

**O BALANÇO SOCIAL COMO FERRAMENTA DE GESTÃO NA
COOPERATIVA TRITÍCOLA SEPEENSE LTDA - COTRISEL**

elaborado por
Rivieri Cardoso Argenta

como requisito parcial para obtenção do grau de
Especialista em Controladoria Empresarial

COMISSÃO EXAMINADORA:

Gilberto Brondani, Msc.
(Presidente/Orientador)

Selia Gräbner, Msc.

Tânia Moura da Silva, Msc.

Santa Maria, julho de 2007.

O BALANÇO SOCIAL COMO FERRAMENTA DE GESTÃO NA COOPERATIVA TRITÍCOLA SEPEENSE LTDA - COTRISEL

Autor: Rivieri Cardoso Argenta¹

Orientador: Prof. Gilberto Brondani²

RESUMO

Este artigo visa apresentar a importância da divulgação do Balanço Social pela Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda - COTRISEL, mesmo não sendo obrigatório. Logo, mostrou-se o modelo proposto pelo Instituto IBASE, e que serviu de base para elaboração do Balanço Social. Como parte integrante do Balanço Social, o Demonstrativo do Valor Adicionado, que tem como função, divulgar e identificar o valor de riqueza gerada empresa, e como foi distribuída entre os diversos setores que contribuíram direta ou indiretamente para sua gestão. A bibliografia pesquisada em muito contribuiu para a apresentação deste artigo, sendo uma ferramenta decisiva para elaboração do balanço social, como forma de divulgação das ações sociais e ambientais. O Balanço Social mostra aquilo que a empresa decide fazer por entender sua responsabilidade social. Responsabilidade Social representa o compromisso da administração em estabelecer diretrizes, tomar decisões e seguir rumos de ação que são importantes em termos de valores e objetivos da sociedade. O objetivo deste artigo é ressaltar a importância da elaboração e divulgação do Balanço Social pela Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda – COTRISEL e sua importância no meio em que vive.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social; Balanço Social; Demonstrativo do Valor Adicionado.

ABSTRACT

This article aims to present the importance of the spreading of the Social Stocking for the Cooperative Tritícola Sepeense Ltda - COTRISEL, exactly not being obligator. At once, the model considered for Institute IBASE revealed, and that it served of base for elaboration of the Social Stocking. As integrant part of the Social Stocking, the Demonstrative of the Added Value, that has as function, to divulge and to identify to the value of generated wealth company, and as it was distributed between the diverse sectors that had contributed direct or indirectly for its management. The bibliography searched in very contributed for the presentation of this article, being a decisive tool for elaboration of the social stocking, as form of spreading of the social and ambient actions. The Social Stocking show what the company decides to make for understanding its responsibility social. Social responsibility represents the commitment of the administration in establishing lines of direction, taking decisions and to follow action directions that are important in terms of values and objectives of the society. The objective of this article is to point out the importance of the elaboration and spreading of the Social Stocking for the Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda - COTRISEL and its importance in the way where it lives.

Word-Key: Social responsibility; Social Stocking; Demonstrative of the Added Value.

¹ Especialista em Controladoria Empresarial– UFSM/RS. Email: rivieriargenta@hotmail.com

² Mestre em Engenharia de Produção – UFSM/RS, Professor do Departamento de Ciências Contábeis UFSM/RS. Email: brondani@ccsh.ufsm.br

INTRODUÇÃO

A atitude da empresa em relação à ética e à responsabilidade social é encarada, cada vez mais, como evidência de sua capacidade de enfrentar desafios. Demonstra o quanto está disposta a investir para conquistar mercados mais exigentes, financiadores criteriosos e profissionais disputados.

Como forma de fortalecimento e permanência no mercado, a empresa adota uma atuação social, como forma de dar transparência à sua gestão e reconhecimento por parte da sociedade.

A Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda – COTRISEL é uma empresa com dimensão social e econômica, onde o associado é ao mesmo tempo dono e usuário, pois nela é praticado o ato de cooperar e dela, também, se recebe a vantagem advinda pela cooperação de todos.

A Gestão da Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda – COTRISEL requer ações balizadas pelo interesse e contribuição de um conjunto maior nas relações de sustentabilidade econômica, social e ambiental. Há uma exigência cada vez mais presente na adoção de padrões de conduta ética que valorize o ser humano, a sociedade e o meio ambiente.

Relações de qualidade começam a partir de valores e condutas capazes de satisfazer necessidades e interesses dos parceiros, gerando valor para todos.

Considerando as múltiplas dimensões do papel social da Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda – COTRISEL, o presente artigo abrange os indicadores sociais e ambientais demonstrados no Balanço Social e a riqueza gerada apresentada no Demonstrativo do Valor Adicionado.

Para a Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda – COTRISEL, de um modo geral, existe a Responsabilidade Social, que é utilizar seus recursos e de prosseguir com as atividades destinadas a aumentar os resultados e distribuí-los aos seus associados como premissa básica, mas exige também do gestor, o comprometimento com suas responsabilidades sociais.

Destaca-se como benefício pela divulgação do Balanço Social a socialização das informações organizacionais, a participação ativa do quadro de associados e colaboradores da Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda – COTRISEL, projeção da gestão participativa, a solidificação da imagem da entidade perante a sociedade.

GESTÃO CORPORATIVA

É um conjunto de procedimentos de gestão dos recursos de uma empresa, segundo os interesses de seus diversos financiadores, investidores, acionistas, associados, etc.

As práticas da gestão corporativa permitem uma administração otimizada, em benefício de seus financiadores, investidores, acionistas, associados, fornecedores e clientes, gerando diversas vantagens como:

- Maximização da eficiência com a monitoração constante das medidas de performance;
- Administração eficiente e precisa, de acordo com os interesses de clientes, fornecedores e ainda de financiadores, investidores, acionistas e associados;
- Estruturação de mecanismos de controle que promovem práticas contábeis eficientes e transparentes;
- Contribuição para o desenvolvimento positivo das ações estratégicas da empresa;
- Mecanismos apropriados de controle, de acordo com as políticas administrativas e seus respectivos requisitos legais.

O sucesso é proveniente das empresas que estão voltados aos seus processos: como melhorá-los sendo mais eficazes e menos dispendiosos. A gestão corporativa bem como seus investimentos são um bom caminho para incrementar os processos de negócio.

Assim uma empresa que incorpore os mecanismos de gestão corporativa, deve primar pelo pleno desenvolvimento das seguintes ações:

- Criação de canais eficientes de divulgação de suas informações, tanto internamente, quanto nas relações da empresa com terceiros (transparência);
- Tratamento justo e econômico entre todas as classes de sócios e entre outras partes interessadas – colaboradores, clientes, fornecedores e credores (equidade);
- Prestação de contas dos gestores, evidenciando a separação entre interesses da empresa e interesses pessoais (prestação de contas);
- Incorporação dos fatores social e ambiental na definição dos seus negócios e operações em busca da sua sustentabilidade (responsabilidade corporativa).

Deste modo, é uma tendência natural reavaliar o risco em relação às empresas que adotam as boas práticas de gestão corporativa, ofertando-lhes seus produtos de forma mais atrativa.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Há muitas conceituações sobre o significado do termo responsabilidade social, no entanto, essencialmente representa o compromisso da administração em estabelecer diretrizes, tomar decisões e seguir rumos de ação que são importantes em termos de valores e objetivos da sociedade. Outros termos têm sido usados como ação social da empresa, atuação da empresa no terceiro setor, entretanto todos enfocam o mesmo tema: a responsabilidade social da empresa.

Segundo Perottoni (2000. P. 53) tem que:

a palavra social refere-se à vida em comunidade, surgindo, daí, a necessidade de desenvolvimento do processo de comunicação que podemos identificar nas mais diversas formas de relacionamento, tais como: econômicos, políticos, jurídicos, entre outros.

Em um curto espaço de tempo, houve uma evolução bastante radical nas finalidades do balanço social. Partindo do relatório para o proprietário ou gestor da entidade, criado para seu próprio uso; passando pelo uso dos credores, primeiros usuários externos da Contabilidade; pelo poder tributante (governo); pelos investidores; chegando hoje ao uso social propriamente dito, na medida em que é utilizado como banco de dados e informações pelos empregados, comunidade e meio ambiente.

Essa evolução vem cada vez mais, realçando a responsabilidade social da empresa e a contabilidade, em sua visão social, está intimamente vinculada a esta responsabilidade.

O relacionamento da empresa com os vários segmentos sociais como investidores, fornecedores, financiadores, clientes, empregados, governos e meio ambiente deixa evidente a grande dimensão de sua responsabilidade social. A responsabilidade social da empresa está na sua participação direta nas ações da comunidade onde está presente e na minimização de possíveis danos ambientais decorrentes de suas atividades.

BALANÇO SOCIAL

Vive-se num país cada vez mais competitivo, concorrido e preocupado com as atitudes que as empresas planejam nas suas gestões. Através desta política, muitas empresas adotam o balanço social como meio de divulgar suas estratégias, fazendo um levantamento dos

principais indicadores de desempenho econômico, social e ambiental da empresa e a transparência das suas atividades.

Segundo Tinoco (1984, p.108):

o balanço social é um instrumento de gestão e de informação que visa reportar, da forma mais transparente possível, vale dizer, com evidenciação plena – full disclosure -, informações econômicas, financeiras e sociais do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários da informação, dentre estes usuários os trabalhadores.

Deve ser visto como ferramenta de gestão, informação e tomada de decisão para os diversos setores da sociedade.

O balanço social é um instrumento que amplia o diálogo com todos os públicos com os quais se relaciona, como acionistas, consumidores, clientes, comunidade na qual esta inserida a empresa, colaboradores, fornecedores, governo, organizações não governamentais, mercado financeiro e a sociedade.

É uma forma de esclarecer, quais foram no passado, quais são no presente e quais serão no futuro os objetivos e valores da empresa. Ampliar a importância da responsabilidade social na estratégia corporativa da empresa; a transparência da empresa quanto a sua atuação social permite a ela, o fortalecimento da sua imagem e conseqüentemente garantem a sua continuidade e sua credibilidade diante da sociedade.

A contabilidade além de fornecer informações aos administradores para a gestão da empresa, fornecer subsídios à sociedade para a avaliação dos resultados do uso dos recursos dela provenientes administrados pela empresa. Um fato que merece destaque é que quando a empresa divulga o que faz em benefício do social, poderá obter um retorno do mercado, visto que terá um diferencial competitivo ao mostrar uma imagem relevante de suas ações no ambiente que vive.

Segundo Manera Filho (Pensar Contábil – 1997:1-2), destaca que:

muitas pessoas “boicotam” as empresas que exploram o trabalho infantil ou que poluem o meio ambiente. Contudo, o Balanço Social não deve ser simplesmente uma “peça” de marketing, mas sim uma demonstração responsável de investimentos sociais realizados pelas empresas, pois se entende que se está investindo e pensando no futuro.

Partindo da citação acima, define-se que o balanço social demonstra de várias formas como se portar em relação às pessoas, ao comportamento das empresas e de que forma isto é representado. Na década de 70 marcam as primeiras experiências de elaboração de balanços sociais, com em 1977, onde a França baixou uma lei determinando que, empresas com mais de 750 funcionários, publicassem balanços anuais de suas relações com os trabalhadores. O

enfoque do balanço social era de divulgar informações para os empregados; nível de emprego, remuneração, condições de trabalho e formação profissional.

No final dos anos 80, começou a se difundir no mundo o balanço social, sendo que a Copenhagem Business School desenvolveu um modelo de “contabilidade ética” para o Banco Dinamarquês SBN. O modelo chegou a ser adotado para mais de 50 empresas escandinavas. Além de mapear a performance social da organização, buscava alinhar seus valores com os das partes interessadas.

Assim, permitia que funcionários e clientes, entre outros, sugerissem mudanças nas políticas corporativas do banco e comentassem seus gastos. No mesmo período, os EUA ganharam seu primeiro modelo de balanço social proposto por Paul Hawken, dirigente da TNS International, fundação com fins educacionais que incentiva as empresas a adotar políticas de sustentabilidade ambiental.

O modelo de Hawken ajudou a mudar a cultura corporativa da Rede de Sorveterias Ben & Jerry’s, que ficou famosa por sua política de responsabilidade social. Nos EUA, o enfoque volta-se aos consumidores, clientes e a sociedade em geral, qualidade dos produtos, controle da poluição, contribuição da empresa para as obras culturais, transportes coletivos e outros benefícios à coletividade, abordagem de caráter ambiental.

Ainda em relação à empresa Ben & Jerry’s, o balanço social buscou atestar que a companhia estava atingindo seus objetivos sociais. O documento passou a integrar o balanço financeiro anual da empresa a partir de 1988, posteriormente a Ben & Jerry’s adotou auditorias externas.

Em meados dos anos 90, a New Economics Foundation, uma organização britânica de pesquisas sem fins lucrativos, desenvolveu um modelo batizado de “auditoria social” que foi aplicado na Traidcraft – Rede de lojas que vendem produtos artesanais no mundo inteiro, e na Rede de Cosméticos The Body Shop. Diferentemente do modelo adotado pela empresa Bem & Jerry’s, este adotado na Inglaterra, era mais detalhado e quantitativo, pois previa a realização de auditoria externa e independente, mapeava funcionários, fornecedores, clientes, acionistas e projetos filantrópicos.

No Brasil, a discussão deslanchou de fato em 1997, quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, então presidente do IBASE, lançou campanha pela divulgação voluntária

do balanço social e propôs um modelo simplificado de auto-avaliação das práticas das organizações.

O IBASE foi a primeira organização não-governamental a publicar o próprio balanço social. Em 2002, foi criado o Prêmio Balanço Social, que tem como objetivo estimular a produção de balanços sociais, difundir sua importância como instrumento de transparência das ações empresariais e gerar referência de práticas de excelência socialmente responsáveis.

Várias outras iniciativas nacionais buscam ressaltar os melhores balanços sociais publicados no país. Entre elas está o selo IBASE BALANÇO SOCIAL/BETINHO, que destaca relatórios que seguem o padrão proposto pela entidade carioca.

O selo pode ser exibido em documentos, embalagens, produtos e na papelaria das empresas contempladas, mas é negado a fabricantes de cigarros, armas e munições e bebidas alcoólicas ou a organizações que estejam envolvidas com a exploração de trabalho infantil.

Existem três modelos-padrão de balanço social, sendo dois nacionais – propostos pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e pelo Instituto Ethos – e um internacional sugerido pela Global Reporting Initiative (GRI), todos visam definir as informações mínimas que devem ser publicadas para dar transparência às atividades da empresa. O modelo IBASE, exposto no anexo I, lançado em 1997, inspira-se no formato dos balanços financeiros. Em forma de planilha, reúne informações sobre a folha de pagamento, os gastos com encargos sociais de funcionários, a participação nos lucros, ilustra também despesas com controle ambiental e os investimentos sociais externos nas diversas áreas como educação, cultura, saúde e outros.

O Instituto Ethos e IBASE defendem a necessidade de os balanços sociais adquirirem credibilidade e consistência comparáveis às dos balanços financeiros. Para tanto, é necessário que os seguintes princípios sejam verificados:

- Relevância – as informações contidas nos balanços sociais serão úteis se forem percebidos como tais por seus diferentes públicos;
- Veracidade – centralidade e consistência na formulação e apresentação são fundamentais para que a empresa demonstre a compatibilidade de seu balanço;
- Clareza – para que o balanço social seja compreendido pelos vários públicos a que se destina. A inclusão de gráficos, termos técnicos e ou científicos deve ser feita com cautela;

- Comparabilidade – a possibilidade de comparação dos dados com os de outras empresas ou organizações ou até mesmo entre períodos deve ser levada em conta para que o balanço social possa ser avaliado em relação aos anos anteriores ou seguintes;
- Regularidade – a divulgação do balanço social deve ser periódica para que possa servir de instrumento de comparação para os diversos públicos;
- Verificabilidade – as informações contidas no balanço social devem ser verificadas em auditoria, o que contribui para sua credibilidade.

O modelo internacional desenvolvido pela Global Reporting Initiative – Iniciativa Global para a Apresentação de Relatórios (GRI) tem ganhado cada vez mais importância, pois é uma rede internacional lançada em 1997 pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente – PNUMA e pelo CERES, sigla em inglês da Coalition for Environmentally Responsible Economics, ou, Coalizão por Economias Ambientalmente Responsáveis, entidade norte-americana que reúne 1.500 especialistas e organizações, entre elas, ONG's, empresas e universidades, cujo objetivo é adotar um modelo-padrão internacional. A missão da GRI é tornar os balanços sociais tão difundidos quanto os relatórios financeiros corporativos.

Apesar da existência destes modelos, muitas empresas preferem criar formatos próprios definidos dentro de suas estratégias de comunicação. Outras ainda adotam um cruzamento de mais de um tipo de modelo, na busca de maior transparência e qualidade.

O balanço social oferece aos tomadores de decisão, elementos essenciais sobre os projetos sociais que a empresa possui ou que pretende realizar; para os colaboradores, oferece uma garantia de que suas expectativas serão conhecidas pelos seus gestores de forma sistematizada e quantificada, para a sociedade, oferece informações sobre os benefícios gerados ao meio ambiente, e à sociedade como um todo.

As empresas engajadas em causas sociais estão levando vantagem na disputa de clientes, na contratação de talentos e até na relação com fornecedores. Com o mercado em crescente competitividade, uma atitude socialmente responsável está convertendo-se em um diferencial muito importante. Esta atitude pode ser para com os trabalhadores, fornecedores, clientes, governo ou para com o meio ambiente.

As empresas que tomaram a decisão de investir na melhoria comunitária, ou seja, que levaram em consideração a sua responsabilidade social, estão rapidamente descobrindo o

sucesso do negócio. As empresas praticam a responsabilidade social da mesma forma com que utilizam estratégias para obter lucro com produtos de qualidade.

O balanço social e o financeiro estão interligados, as informações numéricas apresentadas no balanço social podem ter suas explicações no social e vice-versa.

A publicação do balanço social é fundamental para a vida corporativa por que amplia o diálogo da organização com a sociedade, tem a oportunidade de mostrar qual o seu papel social e como encara seus compromissos para com os recursos humanos e ambientais, estabelecendo um clima de confiança nas suas relações com clientes, fornecedores, comunidades vizinhas, governos e organizações não-governamentais, entre outros:

- Ajuda a equipe a incorporar posturas éticas e transparentes, os funcionários são estimulados a pensar no seu papel na implantação dos compromissos sociais da empresa, participando da escolha dos projetos que serão promovidos e aumentam sua comunicação e integração com o resto da equipe;
- Serve como subsídio às negociações com os trabalhadores por resumir os benefícios oferecidos aos funcionários, servindo de documento capaz de nortear os acordos, inclusive porque declara os objetivos futuros da empresa;
- Ajuda a estabelecer relação com seus parceiros, elaborando e envolvendo a. realização de pesquisas de opinião e a formação de grupos de discussão, que permitem avaliar como os clientes, funcionários, fornecedores, acionistas e a comunidade em geral vêem a empresa, sua postura e seus produtos;
- Diferencia a imagem da empresa no mercado, perante clientes, financiadores e governo, as empresas que publicam balanços sociais ainda são poucas e tem, nessa prática, um diferencial;
- Ajuda a diagnosticar os desafios colocados para a empresa, pois, o processo de elaboração do balanço social envolve o mapeamento da saúde do empreendimento, a identificação de possíveis situações de risco e a verificação da capacidade de reação da empresa;
- Permite à empresa comparar seu desempenho e suas reações com os de outras empresas, adotando modelos consagrados de balanço social possibilita uma rápida identificação dos contrastes entre as várias organizações;
- Amplia a eficiência dos investimentos sociais, o balanço social intensifica o planejamento e o monitoramento dos projetos;

- Integra os objetivos sócio-ambientais ao planejamento da empresa, passa a fazer parte do gerenciamento cotidiano a responsabilidade social, demonstrando a necessidade de definição de metas e instrumentos de acompanhamento.

Os balanços sociais apresentam itens que devem ser descritos de acordo conforme é apresentado abaixo:

- Mensagem do Presidente: definir os compromissos da empresa e resumir o documento. É usado também para apresentar os compromissos públicos da empresa;
- Perfil do Empreendimento: visão geral da empresa. Incluir informações sobre produtos e serviços oferecidos e suas marcas, número de empregados, data do último balanço produzido, natureza dos mercados em que atua, perfil dos clientes (por exemplo: atacado, varejo, governos), tipo de empresa (sociedade comercial, sociedade civil, empresa pública, de responsabilidade limitada, sociedade anônima), resultado das vendas e as receitas por país ou região, mudanças recentes e significativas no tamanho, estrutura, propriedade, produtos e serviços.
- A Empresa: deve ter como foco o empreendimento propriamente dito, sua evolução, seus princípios e sua visão estratégica. É onde a organização conta a sua história, explicar seus princípios e dilemas relacionados ao negócio e a natureza do empreendimento e de que forma os administra.
- A Atividade Empresarial – É o coração do relatório, deve detalhar como a organização dialoga com as partes interessadas e dá indicadores de seu desempenho econômico, social e ambiental, apresenta também alguns dados complementares sobre a postura ética e a visão de futuro da empresa.
- Indicadores de Desempenho Econômico – deve esmiuçar os impactos econômicos da empresa sobre a sociedade, como a geração e distribuição de riqueza e a evolução de sua produtividade, expõe o retorno dos investimentos realizados na própria organização e na comunidade.
- Indicadores de Desempenho Social – dados sobre o bem-estar da força de trabalho, o direito aos trabalhadores e direitos humanos.
- Indicadores de Desempenho Ambiental – Servir como instrumento importante para a realização de reportagens sobre gestão de resíduos, efluentes ou emissões gasosas. Deve

levantar também os possíveis impactos das atividades da empresa sobre a água, o ar, o solo, a biodiversidade ou a saúde.

Comparar as informações do balanço social com os demonstrativos financeiros da empresa é o que recomenda o Instituto Ethos e o IBASE, ambos os documentos são publicados. O balanço social tem como finalidade demonstrar a seus usuários, de forma transparente e confiável, como foram investidos os recursos gerados pela atividade da empresa e, sem sombra de dúvidas, a fonte de dados para a sua elaboração é a contabilidade.

DEMONSTRATIVO DO VALOR ADICIONADO

Um dos principais elementos a ser observado no balanço financeiro e ocasionalmente no balanço social é o DVA – demonstrativo de valor adicionado ou demonstração de valor adicionado como é chamado, surgiu por influência da França e da Alemanha como forma de mensuração desta participação da empresa no contexto social.

O DVA é uma técnica contábil que apresenta o lucro da empresa e a forma como ele é distribuído. Deixa claro quanto da riqueza gerada ficou na própria empresa (lucro líquido), quanto foi distribuído para os colaboradores (salários e outros benefícios), quanto foi entregue ao governo, na forma de impostos e encargos sociais, e pode inclusive dar informações sobre quanto ficou na comunidade (investimentos sociais) e no meio ambiente.

Tem como objetivo demonstrar o desempenho econômico da empresa e seu relacionamento com a sociedade. A demonstração do valor adicionado tem uma função muito importante na medida que fornece aos seus usuários a informação sobre a riqueza gerada e a forma como esta riqueza foi aplicada.

Apresenta as informações econômicas da entidade, quantifica a riqueza gerada e como foi distribuída e permite mensurar sua contribuição para o crescimento local, ainda relata a carga tributária da empresa em relação do seu valor adicionado, a relação entre salários e as receitas brutas da empresa, a produtividade social da empresa.

A demonstração do valor adicionado está implicitamente contida no balanço social, que provavelmente será em um futuro próximo obrigatório, pois é peça fundamental para informações sociais, ambientais e econômicas à sociedade.

O modelo de DVA exposto no anexo IV, foi elaborado pela Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras da USP, com instruções para o seu preenchimento, não precisa ser necessariamente seguido, pois a empresa poderá ampliar e adaptar a demonstração de acordo com seu segmento de negócio, já que se trata de uma informação não obrigatória.

Informações relevantes demonstradas no Balanço Social, relacionadas no DVA são usadas para mostrar quanto à empresa gerou de riqueza.

A distribuição do valor adicionado – DVA esta exposta da seguinte forma:

- Pessoal e encargos – nesse item deverão ser incluídos os encargos com férias, 13º salário, FGTS, alimentação, transporte, apropriados ao custo do produto ou resultado do período (não incluir encargos com o INSS, pois será acrescentado no item posterior, onde estarão os impostos, taxas e contribuições). Aqui está evidenciando o que foi gerado de riqueza para seus colaboradores.
- Impostos, taxas e contribuições – Além das contribuições devidas ao INSS, imposto de renda, contribuição social, todos os demais impostos, taxas e contribuições deverão ser incluídos neste item. Os valores relativos ao ICMS e IPI deverão ser considerados como os valores devidos ou já reconhecidos aos cofres públicos, representando a diferença entre os impostos incidentes sobre as vendas, inclusive insumos adquiridos de terceiros. Demonstra o que gerou de impostos para o governo.
- Juros e aluguéis – devem ser consideradas as despesas financeiras e as de juros relativas a quaisquer tipos de empréstimos e financiamentos junto às instituições financeiras, empresas do grupo ou outras e os aluguéis (incluindo-se as despesas com leasing) pagos ou creditados a terceiros. Demonstra o que gerou de riqueza para instituições bancárias, e terceiros como aluguéis, leasing.
- Juros sobre o capital próprio e dividendos – inclui os valores pagos ou creditados aos acionistas. Os juros sobre o capital próprio contabilizado como reserva deverão constar do item lucros retidos. Demonstra o que gerou de riqueza para os acionistas, ou de retorno para os seus acionistas.
- Lucros retidos ou prejuízo do exercício – Devem ser incluídos os lucros do período destinados às reservas de lucros e eventuais parcelas ainda sem destinação específica.

BALANÇO SOCIAL NA COOPERATIVA TRITÍCOLA SEPEENSE LTDA COTRISEL

Como forma de dar transparência a sua gestão, a Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda – COTRISEL, adotou o modelo IBASE para divulgar seu balanço social, ampliando seu diálogo com todos os públicos aos quais se relaciona, ampliando a importância da responsabilidade social como forma de estratégia nas suas ações, preparando o presente e projetando o futuro, para vencer os desafios que virão. Baseado no balanço social IBASE, a Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda - COTRISEL, elaborou o balanço social 2006 comparativo ao ano de 2005, apresentado e exposto no Anexo II.

DEMONSTRATIVO DO VALOR ADICIONADO DA COOPERATIVA TRITÍCOLA SEPEENSE LTDA - COTRISEL

O demonstrativo do valor adicionado da Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda – COTRISEL, exposto no anexo III, demonstra a riqueza gerada, e ainda mostra algumas particularidades, por tratar-se de uma cooperativa.

Apresentação

- Missão e Visão

Proporcionar através de ações integradas entre associados, cooperativa, colaboradores e mercado, atitudes que levem a uma maior produtividade, qualidade dos produtos e a viabilidade econômica necessária à satisfação das expectativas de todos os envolvidos.

Sua visão esta focada no agro-negócio, na melhoria da qualidade de vida do associado, na aplicação de técnicas de gestão, visando satisfazer seus colaboradores, clientes e associados resultando em comprometimento, ética, responsabilidade, liderança, união e fortalecimento do sistema cooperativo.

- Mensagem do Presidente

Apresentar o balanço social é motivo de orgulho e realização, enfatizando sempre que o amanhã será melhor que hoje. Pensando no futuro e no ato cooperativista, a empresa busca

o bem-estar e melhor qualidade de vida aos seus associados, assim como oportuniza palestras e eventos relacionados ao agro-negócio, disponibiliza cursos e treinamentos aos seus colaboradores objetivando uma melhor capacitação profissional, desenvolvimento regional direcionado ao agro-negócio, valorizar a fidelização de seus associados, mostrar a importância do sistema cooperativista aos jovens cidadãos.

Mostra que o balanço social tem a finalidade de apresentar mais do que números contábeis, demonstrar que a Cooperativa está empenhada e se preparando para o futuro, seja através da sua evolução, seja através de um maior comprometimento com o meio em que vive.

- Identificação da Empresa

- Razão/Denominação Social: Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda

- Categoria: Entidades Privadas/Sociedades Cooperativas
(faturamento anual acima de R\$ 100.000.000,00)

- Endereço: Av. Eugênio Simões Pires, 378

Bairro: Centro

Cep: 97340-000

Fone: 0xx. 55.3233.1213

Homepage: www.cotrisel.com.br

e-mail: auditoria2@cotrisel.com.br

Município: São Sepé

Estado: RS

- CNPJ: 97.225.346/0001-20

- Breve Histórico: A Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda - COTRISEL, fundada em 20 de setembro de 1957, na cidade de São Sepé, RS, região central, nasceu da dificuldade de comercialização do trigo, o que levou um grupo de agricultores a unir-se em torno da idéia do cooperativismo, buscando assim uma alternativa para a comercialização de seus produtos. Na época, com a expansão da triticultura e a mecanização da lavoura, o governo federal providenciava a instalação de uma rede de silos e armazéns e incentivava a fundação de cooperativas. Com o tempo, as doenças determinaram o abandono da cultura do trigo, fazendo com que a COTRISEL passasse também a receber a produção orizícola.

Era o começo da diversificação, depois surgiu a soja que só adquiriu importância por volta de 1965, ocupando a infra-estrutura montada para o recebimento do trigo. Por se tratar de uma Cooperativa de produção agrícola, a COTRISEL foi se adaptando aos ciclos vividos pelas culturas na região. Hoje é umas das maiores empresas arrecadoras de tributos federais, estaduais e municipais da região e tem no arroz irrigado seu principal produto, sem descuidar do recebimento de outras culturas de grande importância econômica como soja, feijão, trigo e milho.

- Principais Produtos: O arroz é responsável por aproximadamente 70% do faturamento da COTRISEL, sendo, depois de beneficiado, comercializado com marca própria para clientes nos estados de Minas Gerais, Bahia, Rio de Janeiro, Espírito Santo e agora também no estado de Pernambuco. São comercializados anualmente em torno de 2.800.000 fardos de arroz, estando a marca SEPÉ entre as mais consumidas do País. Seus principais produtos são: ARROZ SEPÉ PREMIUM, ARROZ SEPÉ BIANCO BRILHADO, ARROZ SEPÉ PARBOILIZADO, ARROZ SEPÉ TRADICIONAL E ARROZ SEPÉ TIARAJÚ.

- Área de Atuação: Atualmente a COTRISEL possui unidades em cinco municípios da região central do estado do Rio Grande do Sul assim distribuído: São Sepé, Formigueiro, Restinga Seca, Vila Nova do Sul e São Pedro do Sul, mas sua importância na região vai muito além destes municípios onde estão localizadas suas unidades, uma vez que, conta em seu quadro de associados, produtores de toda a região.

- Outros Dados: Além da produção primária recebida e industrializada em suas unidades, a COTRISEL fornece a seus 4.818 associados (80% formado por pequenos e mini produtores), insumos agrícolas, assistência técnica. Atua também na área de supermercados, ferragens, posto de combustíveis, fábrica de ração, sendo inclusive, proprietária da primeira emissora de rádio cooperativista da América Latina, a Rádio Fundação Cotrisel.

Ações e Resultados

Canais de comunicação com as partes interessadas:

- Valorização dos colaboradores/empregados/funcionários: Aprimoramento na qualidade dos serviços e satisfação dos seus colaboradores. Anualmente proporciona o encontro dos seus colaboradores, oportunizando recreação, jogos, palestras, reuniões motivacionais e muita

integração. Incentiva a participação de seus colaboradores na CIPA – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes, preocupando-se com a vida e a segurança de seus colaboradores.

- Relacionamento com os fornecedores: Preocupa-se com a qualidade dos produtos de seus fornecedores, pensando na satisfação de seus clientes, associados e consumidores. Parceria com fornecedores para fazer palestras aos seus colaboradores, associados e clientes.

- Relacionamento com clientes, associados e consumidores: Relação de respeito, em busca da satisfação dos seus produtos. Procura pelo melhor atendimento aos seus clientes, associados e consumidores. Preocupa-se constantemente com a qualidade dos seus produtos, melhor qualidade obedecendo aos padrões de exigência do mercado.

- Participação na comunidade: Participa no Projeto “União faz a Vida” em parceria com o Banco Sicredi e Prefeituras Municipais. Atendimento nas comunidades carentes, assistência social e ajuda as entidades filantrópicas.

- Relacionamento com governo, instituições de classe e sociedade em geral: Uma das maiores arrecadoras de impostos da região central do Rio Grande do Sul, fazendo com que governo federal, estadual e municipal tenham também fontes de rendas para investir nas comunidades em educação, saúde, segurança e bem estar social. Gera em torno de 600 empregos diretos na sua área de atuação, contribuindo em muito para a diminuição do desemprego, participa através da LIC – Lei de Incentivo à Cultura, trazendo shows culturais e artísticos.

- Performance voltada para o Meio Ambiente: Preocupação constante com o meio ambiente, aplicando investimentos necessários para a redução do impacto ambiental. Firmou-se parceria com a Prefeitura Municipal para o recolhimento de Lixo Tóxico, campanha de conscientização principalmente dos agricultores e a comunidade em geral para diminuição da poluição ambiental.

- Compromisso com a sustentabilidade – Performance econômico-financeira: A Cooperativa proporciona na sua área de atuação, 600 empregos diretos, gerando com isso, novos empregos no comércio onde estão instaladas suas unidades, além de proporcionar a união, estado e municípios, grande fonte de arrecadação de impostos. Contribui também com cursos para o aprimoramento qualificado de seus colaboradores, resultando em mão-de-obra qualificada na sua área de atuação.

- Compromisso assumido com o futuro: Busca da maior rentabilidade do seu associado, gerando bem estar social, melhor qualidade de vida, foco no agro-negócio, aplicação de

técnicas de gestão visando satisfazer seus colaboradores, clientes, fornecedores e associados. Aplicar métodos corretivos de proteção ambiental, para que as futuras gerações possam usufruir todos os recursos disponíveis que a natureza nos oferece.

Hoje, grandes instituições financeiras só concedem empréstimos e financiamentos a empresas que tenham uma política de ações sociais e ambientais transparentes, que possam ser constatados através mensurações auditadas e certificadas ambientalmente, onde a partir de análises, as instituições possam vislumbrar que o aporte de recursos financiados - “empréstimos” - serão realmente implantados em políticas de desenvolvimento sustentável, tendo assim, o retorno garantido do capital emprestado.

Nos dias de hoje, existem três tipos de organizações: as que fazem acontecer, as que apenas observam acontecer e as que surpreendentemente se espantam com o que aconteceu. Desse modo, uma organização moderna que pretende manter-se competitiva deve estar entre as organizações que fazem acontecer, pois no mundo globalizado não existe espaço para seguidores, mas sim para inovadores.

Nesse contexto, pode-se evidenciar a importância de uma estratégia que oriente a empresa para que seja possível alcançar seus objetivos, seja através da produção de bens ou de oferecimento de serviços. A organização que escolher a abordagem do “Eu não me importo para onde” pode-se ver à mercê de forças múltiplas no mercado. A concorrência pode dominá-la; idéias novas podem substituir seu produto; novos métodos de marketing podem fazer com que seus sistemas de distribuição fiquem obsoletos. A organização pode nunca atingir seus objetivos.

A formulação das estratégias empresariais é complexa, uma vez que a própria estratégia está mergulhada em uma multiplicidade de fatores e de componentes internos e externos. Muitos desses fatores estão situados completamente fora do controle e da previsão da empresa.

Diante deste cenário o planejamento estratégico surge como uma valiosa “ferramenta” de auxílio à alta administração, pois permite nortear as ações gerenciais da empresa dentro de um plano previamente determinado de metas e estratégias diminuindo, com isso a possibilidade de tomada de decisões equivocadas, num mercado extremamente competitivo sem margem para erro.

CONCLUSÃO

Existe uma necessidade de utilização do balanço social como ferramenta de gestão, para que a empresa possa tornar as decisões estratégicas de forma mais consciente, contribuindo, assim, para o bem estar dos seus colaboradores, investidores, acionistas, sócios, associados, clientes, fornecedores, governos e sociedade em geral.

A Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda – COTRISEL, para se fortalecer e permanecer competitiva no mercado começou a divulgar seu balanço social, como forma de demonstrar seus indicadores sociais e ambientais a sociedade em geral, além de demonstrar o que gerou de riqueza suas atividades.

Demonstrar a sociedade suas estratégias adotadas no passado, no presente e ações propostas no futuro.

A divulgação do balanço social tornou-se quase que obrigatório, não por sua obrigatoriedade, pois esta não existe, mas pela imposição da sociedade que começa a exigir das empresas, ações de cunho social e de proteção e preservação ambiental, além das instituições financeiras que exigem também a divulgação, assim como fornecedores, clientes, investidores, acionistas, sócios e associados.

Assim, os administradores adotam ações e estratégias voltadas para o desenvolvimento sustentável, demonstrando a sociedade procedimentos e atitudes voltadas à responsabilidade social e o comprometimento com o meio ambiente.

E a contabilidade está inserida neste processo como ferramenta de gestão, dando e fornecendo informações necessárias para a tomada de decisões dos administradores, adotando políticas eficazes, corretivas e preventivas.

REFERÊNCIAS

PAULANI, Leda, BRAGA, Márcio B. **A nova contabilidade social**. São Paulo: Saraiva, 2000.

GONÇALVES, Ernesto Lima (Org.) **Balanço social da empresa na américa latina**. São Paulo: Pioneira, 1980.

LUCA, Márcia Martins de. **Demonstração do valor adicionado**. São Paulo: Atlas, 1998.

SUPLICI, Marta. O que é balanço social? **Jornal Folha de São Paulo**, São Paulo, 10 de junho de 1997.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço social – uma abordagem sócio-econômica da contabilidade**. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Universidade de São Paulo – 1984.

MANERA FILHO, Humberto. A empresa-cidadã pede passagem. **Revista Comunicação**. v.7, n.24, p.1-5, 1997.

PEROTTONI, Marco Antônio. Balanço social, padronização e obrigatoriedade. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília: RBC Nº 134, 2002.


ANEXO 1

Balço Social Anual / 2006



Empresa:

1 - Base de Cálculo	2006 Valor (Mil reais)			2005 Valor (Mil reais)		
Receita líquida (RL)	0			0		
Resultado operacional (RO)	0			0		
Folha de pagamento bruta (FPB)	0			0		
2 - Indicadores Sociais Internos	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação						
Encargos sociais compulsórios						
Previdência privada						
Saúde						
Segurança e saúde no trabalho						
Educação						
Cultura						
Capacitação e desenvolvimento profissional						
Creches ou auxílio-creche						
Participação nos lucros ou resultados						
Outros						
Total - Indicadores sociais internos						
3 - Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação						
Cultura						
Saúde e saneamento						
Esporte						
Combate à fome e segurança alimentar						
Outros						
Total das contribuições para a sociedade						
Tributos (excluídos encargos sociais)						
Total - Indicadores sociais externos						
4 - Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa						
Investimentos em programas e/ou projetos externos						
Total dos investimentos em meio ambiente						
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	<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%			<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%		
5 - Indicadores do Corpo Funcional	2006			2005		
Nº de empregados(as) ao final do período						
Nº de admissões durante o período						
Nº de empregados(as) terceirizados(as)						
Nº de estagiários(as)						
Nº de empregados(as) acima de 45 anos						
Nº de mulheres que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por mulheres						
Nº de negros(as) que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)						
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais						
6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2006			Metas 2007		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa						
Número total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as)	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> seguirá as normas da OIT	<input checked="" type="checkbox"/> incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
A participação dos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não serão considerados	<input checked="" type="checkbox"/> serão sugeridos	<input type="checkbox"/> serão exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> apoiará	<input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2006:			Em 2005:		
	___ % governo	___ % colaboradores(as)	___ % acionistas	___ % governo	___ % colaboradores(as)	___ % acionistas
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	___ % retido	___ % terceiros	___ % acionistas	___ % retido	___ % terceiros	___ % acionistas
7 - Outras Informações	0					

ANEXO II						
		BALANÇO SOCIAL - 2006				
1. BASE DE CÁLCULO	2006 - R\$			2005 - R\$		
Receita Líquida (RL)	147.705.880,02			130.865.862,09		
Resultado Operacional (RO)	4.822.160,86			4.512.189,78		
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	9.492.698,65			7.522.877,97		
2. INDICADORES SOCIAIS INTERNOS	R\$	% Sobre FPB	% Sobre RL	R\$	% Sobre FPB	% Sobre RL
Alimentação	84.442,44	0,89%	0,06%	74.535,38	0,99%	0,06%
Encargos Sociais Compulsórios	3.746.188,94	39,46%	2,54%	3.147.406,10	41,84%	2,41%
Saúde	146.331,70	1,53%	0,10%	130.761,93	1,74%	0,10%
Segurança e Medicina no Trabalho	148.050,69	1,56%	0,10%	78.518,20	1,04%	0,06%
Educação	62.722,39	0,66%	0,04%	52.975,00	0,70%	0,04%
Cultura	6.381,23	0,07%	0,00%	7.532,27	0,10%	0,01%
Capacitação e Desenvolvimento Profissional	13.757,43	0,14%	0,01%	29.519,43	0,39%	0,02%
Creches ou Auxílio-Creche	88.913,64	0,94%	0,06%	80.829,66	1,07%	0,06%
Outros	69.582,39	0,73%	0,05%	94.622,86	1,26%	0,07%
Total - Indicadores Sociais Internos	4.364.370,85	45,98%	2,95%	3.696.700,82	49,14%	2,82%
3. INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS	R\$	% Sobre RO	% Sobre RL	R\$	% Sobre RO	% Sobre RL
Educação - União Faz a Vida + Form. Jovens Coop. + APAE	47.769,33	0,99%	0,03%	24.681,39	0,54%	0,02%
Cultura - Patrocínio Cultural	97.272,00	2,02%	0,07%	112.972,00	2,50%	0,09%
Esporte	0,00	0,00%	0,00%	0,00	0,00%	0,00%
Combate à fome e segurança alimentar	0,00	0,00%	0,00%	0,00	0,00%	0,00%
Outros	116.937,93	2,40%	0,08%	44.421,70	0,98%	0,03%
Total - Indicadores Sociais Externos	260.979,26	5,41%	0,18%	181.975,09	4,03%	0,14%
4. INDICADORES AMBIENTAIS	R\$	% Sobre RO	% Sobre RL	R\$	% Sobre RO	% Sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	237.582,13	4,93%	0,16%	378.828,11	8,40%	0,29%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0,00	0,00%	0,00%	0,00	0,00%	0,00%
Total dos investimentos em meio ambiente	237.582,13	4,93%	0,16%	378.828,11	8,40%	0,29%
Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficiência na utilização de recursos naturais, a empresa:	<input type="checkbox"/> não possui metas <input checked="" type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%		<input type="checkbox"/> não possui metas <input checked="" type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%			
5. INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL						
Nº Empregados(as) ao final do período	586			540		
Nº Empregados(as) terceirizados(as)	40			40		
Nº de Estagiários(as)	6			6		
Nº Empregados(as) acima de 45 anos	121			61		
Nº Mulheres que trabalham na Empresa	80			71		
% Cargos de Chefia ocupados por Mulheres	9			0		
Nº Negros(as) que trabalham na Empresa	119			110		
% Cargos de Chefia ocupados por Negros	2			2		
Nº Portadores(as) de Deficiência ou necessidades especiais	2			1		
E. INFORMAÇÕES RELEVANTES QUANTO AO EXERCÍCIO DA CIDADANIA EMPRESARIAL	2006			Metas 2007		
Relação entre a maior e a menor Remuneração no Empresa	19,54			18,00		
Nº Total de acidentes de trabalho	08			05		
Os Projetos Sociais e Ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> Direção <input checked="" type="checkbox"/> Direção e Gerências <input type="checkbox"/> Todos empregados (as)			<input type="checkbox"/> Direção <input checked="" type="checkbox"/> Direção e Gerências <input type="checkbox"/> Todos empregados (as)		
Os Padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> Direção e Gerências <input type="checkbox"/> Todos empregados(as) <input checked="" type="checkbox"/> Todos(as) + Cipa			<input type="checkbox"/> Direção e Gerências <input type="checkbox"/> Todos empregados(as) <input checked="" type="checkbox"/> Todos(as) + Cipa		
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> Não se envolve <input checked="" type="checkbox"/> Segue as normas da OIT <input type="checkbox"/> Incentiva e segue a OIT			<input type="checkbox"/> Não se envolverá <input checked="" type="checkbox"/> Seguirá as normas da OIT <input type="checkbox"/> Incentivará e seguirá a OIT		
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados <input checked="" type="checkbox"/> são sugeridos <input type="checkbox"/> são exigidos			<input type="checkbox"/> não serão considerados <input checked="" type="checkbox"/> serão sugeridos <input type="checkbox"/> serão exigidos		
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve <input type="checkbox"/> apóia <input checked="" type="checkbox"/> organiza e incentiva			<input type="checkbox"/> não se envolverá <input type="checkbox"/> apoiará <input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivar		
Nº Total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa: 35			na empresa: 25		
% de reclamações e críticas solucionadas:	na empresa: 100%			na empresa: 100%		
Valor Adicionado Total a Distribuir(em mil R\$):	Em 2006: R\$ 25.026.670,51			Em 2005: R\$ 26.137.195,47		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	33,39% governo 40,09% colaboradores 8,22% associados 4,31% terceiros 6,79% retidos			46,97% governo 34,29% colaboradores 7,15% associados 4,36% terceiros 6,63% retidos		

ANEXO III

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO	
DESCRIÇÃO	R\$ Mil
1 – RECEITAS	
1.1) Vendas de mercadorias, produtos e serviços	
1.2) Provisão p/ devedores duvidosos – Reversão / (Constituição)	
1.3) Não operacionais	
2 – INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (inclui ICMS e IPI)	
2.1) Matérias-primas consumidas	
2.2) Custo das mercadorias e serviços vendidos	
2.3) Materiais, energia, serviço de terceiros e outros	
2.4) Perda / Recuperação de valores ativos	
3 – VALOR ADICIONADO BRUTO (1-2)	
4 – RETENÇÕES	
4.1) Depreciação, amortização e exaustão	
5 – VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (3-4)	
6 – VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA	
6.1) Resultado de equivalência patrimonial	
6.2) Receitas financeiras	
7 – VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (5+6)	
8 – DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO*	
8.1) Pessoal e encargos	
8.2) Impostos, taxas e contribuições	
8.3) Juros e aluguéis	
8.4) Juros s/ capital próprio e dividendos	
8.5) Lucros retidos / prejuízo do exercício	
* O total do item 8 deve ser exatamente igual ao item 7.	

ANEXO IV



Demonstração do Valor Adicionado

	2006	%	2005	%
1. INGRESSOS / RECEITAS	158.078.779,16		141.040.024,84	
1.1. Ingressos e Receitas Vendas/Serviços	157.280.923,76		137.860.697,35	
1.2. Outros Ingressos e Receitas	728.832,09		3.041.943,55	
1.3. Resultados Não Operacionais	69.023,31		137.383,94	
2. DISPÊNDIOS / DESPESAS	134.324.196,40		116.316.193,36	
2.1. Dispêndios e Despesas dos Custos dos Prod. Serviços	123.800.876,82		107.330.606,09	
2.2. Dispêndios e Despesas Gerais de Manutenção	9.595.504,85		8.577.780,34	
2.3. Provisão P/Perdas na Recuperação de Ativos	927.814,73		407.806,93	
3. VALOR ADICIONADO BRUTO (1 - 2)	23.754.582,76		24.723.831,48	
4. RETENÇÕES	1.386.803,87		1.216.836,53	
4.1. Dispêndios e Despesas de Depreciação/Amort./Exaustão	1.386.803,87		1.216.836,53	
5. VALOR ADICIONADO LÍQUIDO P/ENTIDADE (3 - 4)	22.367.778,89		23.506.994,95	
6. VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA	2.658.891,62		2.630.200,52	
6.1. Resultado de Equivalência Patrimonial	0,00		0,00	
6.2. Ingressos e Receitas Financeiras	2.658.891,62		2.630.200,52	
7. VALOR ADICIONADO A DISTRIBUIR (5 + 6)	25.026.670,51		26.137.195,47	
8. DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	25.026.670,51	100,00%	26.137.195,47	100,00%
8.1. COLABORADORES	10.033.168,30	40,09%	8.963.490,60	34,29%
8.1.1. Salários e Encargos Sociais	9.703.467,15	38,77%	8.651.623,46	33,10%
8.1.2. Honorários da Diretoria	329.701,15	1,32%	311.867,14	1,19%
8.2. TRIBUTOS	10.009.073,68	39,99%	12.276.205,59	46,97%
8.2.1. Impostos, Taxas, Contribuições	10.009.073,68	39,99%	12.276.205,59	46,97%
8.3. FINANCIADORES	1.229.151,14	4,91%	1.297.579,70	4,96%
8.3.1. Juros	1.006.142,06	4,02%	1.141.268,20	4,37%
8.3.2. Aluguéis	223.009,08	0,89%	156.311,5	0,60%
8.4. SOBRAS E LUCROS RETIDOS	1.698.816,93	6,79%	1.731.250,04	6,62%
8.4.1. Reserva Legal	1.157.579,62	4,63%	1.090.057,23	4,17%
8.4.2. Reserva de Assistência Técnica, Educacional e Social	541.237,31	2,16%	641.192,81	2,45%
8.5. SOBRAS DISTRIBUÍDAS	2.056.460,46	8,22%	1.868.669,54	7,15%
8.5.1. Reserva Estatutária p/ Aumento de Capital	1.488.316,65	5,95%	1.401.502,15	5,36%
8.5.2. Sobras a Disposição da A. G. O.	568.143,81	2,27%	467.167,39	1,79%