

C
o
r
r
e
s
p
o
n
d
ê
n
c
i
a

Correspondência para/
Correspondencia para/
Correspondence to
Rua Barão de Aracati, 2715,
apto 1301, CEP 60.115-
082, Fortaleza-CE.
Fone/Fax: (55) (85) 3246-
5577
Artigo recebido: 08/12/2005
Aprovado: 21/07/2005

UMA ANÁLISE DO CONTEÚDO E DA FORMA DAS INFORMAÇÕES DE NATUREZA SOCIOECONÔMICA E AMBIENTAL DIVULGADAS ATRAVÉS DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS - O CASO DAS EMPRESAS BAIANAS

UN ANÁLISIS DEL CONTENIDO Y DE LA FORMA DE LAS INFORMACIONES DE NATURALEZA SOCIOECONÓMICA Y AMBIENTAL DIVULGADAS A TRAVÉS DE LAS DEMOSTRACIONES CONTABLES - EL CASO DE LAS EMPRESAS BAIANAS

AN ANALYSIS OF THE CONTENT AND FORM OF SOCIO- ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL INFORMATION PUBLISHED IN FINANCIAL STATEMENTS - THE CASE OF COMPANIES IN THE STATE OF BAHIA

Marcelle Collares Oliveira, Dr^a

Universidade de Fortaleza-CE
marcellecolares@unifor.br

Antônio Lopo Martinez, Dr

Fundação Visconde de Cairu-BA
lopo@uclink.berkeley.edu

Carlos Adriano Santos Gomes, Msc

Universidade Federal da Bahia-BA
adrianocairu@yahoo.com.br

Denilson Monteiro Costa, Msc

SENAI-RJ
denilsonmonteiro@yahoo.com.br

Palavras-chave:
Evidenciação contábil;
Informações
socioeconômicas e
ambientais.

Palabras-clave:
Evidenciación contable;
Informaciones
socioeconómicas y
ambientales.

RESUMO: O trabalho investiga o conteúdo e a forma das informações de natureza socioeconômica e ambiental, divulgadas através das demonstrações contábeis de companhias brasileiras de capital aberto e fechado do Estado da Bahia. Trata-se de um estudo exploratório em que se realizou pesquisa bibliográfica e pesquisa documental, abrangendo demonstrações contábeis de uma amostra de 195 empresas brasileiras do Estado da Bahia. Constatou-se que ainda é incipiente a divulgação de informações dessa natureza através das demonstrações contábeis publicadas nos meios impressos e que, no Brasil, a não-obrigatoriedade de sua evidenciação, bem como o não estabelecimento de um modelo padrão a ser seguido, configuram-se como entraves para a sua efetiva utilização na tomada de decisões pelos usuários das informações contábeis.

RESUMEN: El trabajo investiga el contenido y la forma de las informaciones de naturaleza socioeconómica y ambiental divulgadas a través de las demostraciones contables de compañías brasileiras de capital abierto y cerrado del Estado de Bahia. Se trata de un estudio exploratorio en que se realizó una investigación bibliográfica e investigación documental, envolviendo demostraciones contables de una muestra de

195 empresas brasileiras do Estado de Bahia. Se constata que todavía es incipiente la divulgación de informaciones de esa naturaleza a través de demostraciones contables publicadas en los medios impresos y que en Brasil la no-obligatoriedad de su evidenciación, como también el no-establecimiento de un modelo patrón a ser seguido, se configuran como trabas para su efectiva utilización en la toma de decisiones por los usuarios de las informaciones contables.

ABSTRACT: This work investigates the content and form of socio-economic and environmental information published in the financial statements of traded and non-traded Brazilian companies in the State of Bahia. It is an exploratory study in that it uses bibliographic review and documentary research, covering financial statements from a sample of 195 Brazilian companies in the State of Bahia. It is observed that the inclusion of information of this type, in published financial statements, is still not common, and that in Brazil, the non-compulsory nature of including this kind of information, as well as the lack of a standard model to follow, creates barriers to its effective use for decision-making by the users of financial information.

Key-words:
Financial statement;
Socio-economic and environmental information.

1 INTRODUÇÃO

A contabilidade tem como objetivo principal a geração de informações para atender às necessidades dos mais diversos tipos de usuários, sejam eles empregados, gestores, acionistas, investidores, concorrentes, clientes, sociedade, dentre outros. Essas necessidades foram evoluindo desde a era mercantilista, passando pela revolução industrial, pela abertura dos mercados de capitais até chegar aos dias atuais.

A partir da segunda metade do século XX, muitos desses usuários passaram a exigir das empresas maior comprometimento com os aspectos sociais e ecológicos e, por conta disso, a evidencição de informações nas demonstrações contábeis diferentes das tradicionais, ganharam destaque na pauta de debates da ciência.

Nos últimos anos, tem crescido o número de pesquisas voltadas ao estudo da divulgação de informações sobre a interação das empresas com colaboradores internos e externos, com a comunidade e com o meio ambiente.

Muita atenção tem sido devotada tanto à necessidade de se evidenciar essas informações quanto ao modo adequado e ao conteúdo dessa evidencição. Através da literatura, pode-se destacar três diferentes tipos de pesquisas relacionadas às informações dessa natureza: aquelas que tratam de aspectos mais conceituais, como origem, evolução, importância para a tomada de decisão, conteúdo e forma; aquelas que tratam de aspectos empíricos referentes ao conteúdo e à forma de sua evidencição; e outras que tratam de aspectos empíricos relativos ao porquê de sua evidencição e sua utilidade para a tomada de decisão.

Esse estudo insere-se no grupo de pesquisas que investigam empiricamente o conteúdo e a forma da evidencição de informações de natureza socioeconômica e ambiental.

A presente pesquisa busca responder aos seguintes questionamentos: Como estão sendo evidenciadas as informações de natureza socioeconômica e ambiental pelas empresas brasileiras do estado da Bahia?

Como não existe ainda exigência legal no Brasil, nem no estado da Bahia, da publicação de informações acerca do desempenho socioeconômico e ambiental das empresas, partiu-se dos seguintes pressupostos, que podem vir a se configurar como solução para o problema apresentado anteriormente:

a) se para as empresas baianas é importante que os usuários da informação contábil percebam que elas desempenham um papel no âmbito socioeconômico e ambiental, então, elas publicam informações dessa natureza em suas demonstrações contábeis;

b) se as empresas baianas consideram importante divulgar informações dessa natureza, para contribuir no processo de tomada de decisão dos usuários, então, para divulgá-las, elas utilizam os modelos de instituições e de estudiosos ligados ao assunto, que apresentam indicadores de desempenho econômico; indicadores de desempenho social e indicadores de desempenho ambiental e conteúdo a serem trabalhados.

O objetivo geral desta pesquisa é investigar o conteúdo e a forma da divulgação de informação socioeconômica e ambiental pelas empresas brasileiras do Estado da Bahia. Os objetivos específicos do estudo são a seguir expostos:

a) apresentar uma discussão sobre os modelos de divulgação dessas informações existentes no Brasil e seus conteúdos;

b) verificar, através das demonstrações contábeis publicadas por companhias brasileiras de capital aberto e fechado do estado da Bahia, se essas empresas têm evidenciado seu desempenho socioeconômico e ambiental;

c) analisar o conteúdo e a forma das informações de natureza socioeconômica e ambiental apresentadas nas demonstrações contábeis dessas empresas.

A importância do Estado da Bahia para a economia nacional e nordestina e a relevância de uma postura socialmente responsável por parte das empresas, assim como da divulgação das ações sociais adotadas, incentivaram a realização desse estudo.

2 ABORDAGENS SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL E GESTÃO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

A preocupação com a responsabilidade social remonta à época da formação das organizações. Contudo, sua precisão conceitual ou estruturação teórica ainda deixam muito a desejar em todo o mundo (ARRUDA, 2001) e está longe de ser consenso entre economistas e estrategistas organizacionais.

Machado Filho (2002) observa que os principais argumentos acadêmicos que suportam as ações de responsabilidade social são baseados em aspectos éticos ou em instrumentos racionais e específicos:

- éticos, quando decorrentes de princípios religiosos, referenciais filosóficos ou normas sociais prevaletentes, sugerindo que a empresa deve se comportar de maneira socialmente responsável, porque é moralmente correto agir assim;

- instrumentais, porque o comportamento socialmente responsável beneficiará a empresa como um todo a longo prazo, podendo minimizar riscos de perda reputacional, explorando oportunidades para a criação de um diferencial competitivo, em relação aos concorrentes que não se preocupam com o tema.

Na visão de estudiosos, como Drucker (1993) e Rappaport (2001), entre outros, os gestores têm a função principal de elevar, tanto quanto possível, o retorno dos acionistas ou cotistas da empresa e deveriam atuar somente de acordo com as forças impessoais do mercado, que demandam eficiência e lucro, tudo transcorrendo num ambiente de respeito aos ditames legais impostos pelos agentes sociais, fazendo este pensamento parte da teoria do acionista.

Outra corrente de pensamento, da qual participam Sen (1999), entre outros, argumenta, com base na teoria dos stakeholders, que os gestores exercem a função ética de respeitar os direitos coletivos e garantir o bem-estar entre todos os agentes afetados pela empresa, incluindo, neste conjunto, clientes, funcionários, fornecedores, proprietários, a comunidade em geral, como também os gestores, os quais estão a serviço deste amplo grupamento de partes interessadas.

Ante posicionamentos tão divergentes, Corrêa e Medeiros (2003) procuram diferenciar as maneiras pelas quais se entende a responsabilidade social sob duas óticas: a da obrigação social, referindo-se ao que está previsto em lei, como de pagamento de imposto até a colocação de chaminés em fábricas e o que extrapola os ditames da legislação e dos princípios éticos, como ações de benemerência e de cidadania.

No sentido de formular um pensamento de convergência dos posicionamentos pró e contra o engajamento das empresas em atividades de responsabilidade social, Certo e Porte (1993 apud MACHADO FILHO; 2002, p. 46) assim se manifestam:

O ponto de vista clássico vê as empresas como entidades econômicas, enquanto o ponto de vista contemporâneo concebe as empresas como membros da sociedade. Embora as organizações de negócio exerçam claramente os dois papéis, o reconhecimento disso nem sempre responde à questão de como as companhias devem se envolver em atividades de responsabilidade social. Entretanto, em muitos casos, ambos os pontos de vista levam à mesma conclusão sobre o fato de uma empresa dever ou não se engajar em uma atividade dessa natureza em particular. Por exemplo, quando a atividade for exigida por lei, ambas as abordagens apóiam o envolvimento nela. E, em situações em que há lucro, ambas as abordagens apóiam o envolvimento na atividade.

Segundo Zilberstajn (2000), com a adoção de práticas de responsabilidade social, mesmo sob a ótica maximizadora do lucro, sem que a empresa obtenha ganhos econômicos, esta virá a se beneficiar com a elevação do seu capital reputacional e, a rigor, sem desalinhamento de interesses entre acionistas e demais partes interessadas.

Para Ashley (2003), a crescente complexidade dos negócios, em decorrência da velocidade das inovações tecnológicas e da transição das nações para um mundo globalizado, desperta no empresariado e nos governos uma nova maneira de agir, obrigando-os a desenvolver formatos diferenciados para o desenvolvimento econômico, social e ambiental. O mundo empresarial, conseqüentemente, enxerga na responsabilidade social estratégia inovadora, como elemento funcional auxiliar, na incrementação de seus lucros e potencialização de seu desenvolvimento.

A Responsabilidade Social Corporativa fundamenta-se, portanto, em estratégias para orientar as ações das empresas em consonância com as necessidades sociais, de modo que a empresa garanta, além do lucro e da satisfação de seus clientes, o bem-estar da sociedade, como também os valores que suas ações possam agregar aos negócios e à sua imagem reputacional.

Conquanto a definição de Empresa Socialmente Responsável possa parecer intuitivamente simples, existe grande complexidade na conceituação deste termo. A subdivisão da responsabilidade social, nas dimensões econômica, legal, ética e filantrópica é importante marco referencial para a operacionalização destas variáveis. Contudo, a linha de corte destas dimensões são tênues e, em muitas situações, sobrepostas.

É importante frisar que não existe conceito fechado sobre o que vem a ser Responsabilidade Social Corporativa ou seus sinônimos, responsabilidade social da empresa, responsabilidade social empresarial e responsabilidade social nos negócios, tampouco concordância no que se refere ao emprego dessa idéia.

O Business for Social Responsibility Institute - BSRI (organização norte-americana, sem fins lucrativos, dedicada à divulgação de responsabilidade social nos negócios) caracteriza a Responsabilidade Social Corporativa como sendo, num sentido mais abrangente, relacionada à tomada de decisões nos negócios, tendo como base valores éticos que contemplem uma perspectiva de respeito e concordância a valores legais, comunidades, indivíduos e meio ambiente (MACHADO FILHO, 2002).

Dentro desta visão, o Business for Social Responsibility Institute focaliza as empresas socialmente responsáveis como aquelas que interagem, de forma harmônica, no ambiente de negócios no qual se inserem, desenvolvendo ações que permitem alcançar ou, até mesmo, superar expectativas éticas, legais e comerciais (BSRI, 2004).

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, fundado em 1998, por iniciativa de um grupo de empresários brasileiros e que tem como função ajudar os empresários nacionais a compreender e incorporar o conceito de responsabilidade social no cotidiano de sua gestão, caracteriza da seguinte maneira a ação socialmente responsável das empresas:

A responsabilidade social das empresas tem como principal característica a coerência ética nas práticas e relações com seus diversos públicos, contribuindo para o desenvolvimento contínuo das pessoas, das comunidades e dos relacionamentos entre si e o meio ambiente. Ao adicionar às suas competências básicas a conduta ética e socialmente responsável, as empresas conquistam o respeito das pessoas e das comunidades atingidas por suas atividades, o engajamento de seus colaboradores e a preferência dos consumidores (INSTITUTO ETHOS, 2001).

A responsabilidade social empresarial é considerada um comprometimento da empresa para com a sociedade, envolvendo atividades estratégicas para a realização dos negócios, visando desde a satisfação dos funcionários até ao bem-estar da sociedade (OLIVEIRA, 2000).

A responsabilidade social empresarial se refere à Ética, que orienta ações e relações com o público junto ao qual a empresa interage. As empresas atuam como importantes agentes de promoção do desenvolvimento econômico e avanço tecnológico, visto possuírem grande capacidade de geração de recursos (SAAD; CARVALHO; COSTA, 2002).

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial vincula-se ao reconhecimento de que as tomadas de decisão e os resultados obtidos com suas atividades atingem um universo de agentes sociais muito mais vasto do que o expresso por sócios e acionistas, porquanto muitas das decisões e atividades dos negócios trazem conseqüências para a comunidade, para o meio ambiente e outros interesses da sociedade. O pressuposto básico da responsabilidade social é o de que qualquer relação que a empresa mantenha com qualquer grupo será esta dinâmica, como no caso ambiental, social, político, econômico e legal.

Em que pese ser o papel primacial das empresas a obtenção do lucro a curto prazo, os negócios por elas realizados deveriam propugnar lucros conquistáveis a longo prazo, obedecendo às leis e regulamentações, tendo em mente a importância de considerar o impacto não mercadológico de suas decisões, procurando maneiras de alavancar o soerguimento da sociedade, através de uma atuação orientada para a responsabilidade social, voltada ao interesse coletivo, sendo o pressuposto básico da responsabilidade social corporativa a legitimidade de suas ações (BORGER, 2003, p. 36).

A coerência ética nas práticas desenvolvidas e relações construídas pela empresa, de forma a contribuir para o desenvolvimento das pessoas, para o fortalecimento das comunidades e amadurecimento dos relacionamentos tecidos tanto entre si como com o meio ambiente, caracteriza, de forma marcante, a Responsabilidade Social Corporativa.

Assim, a Responsabilidade Social Corporativa dobra-se às múltiplas exigências que a nova sociedade impõe, nas relações de parceria entre clientes e fornecedores, na produção de qualidade, com plena satisfação dos usuários, mediante transparência na mobilização das ações e contribuições para o desenvolvimento da comunidade, nos investimentos para o desenvolvimento da pesquisa tecnológica, na preservação do meio ambiente, pela intervenção de ações não predatórias, na participação dos trabalhadores nos resultados e decisões tomadas pelas empresas, no investimento e qualificação profissional, garantindo o respeito ao direito do cidadão etc.

A Responsabilidade Social Corporativa remete, na prática, à constituição de uma cidadania organizacional no ambiente interno da empresa (trabalhadores, gestores e proprietários) e à implementação de direitos sociais no ambiente externo (clientes, fornecedores, prestadores de serviços, credores, autoridades governamentais, entidades classistas, clube de serviços etc.).

O conceito de responsabilidade social vem sendo absorvido como um indicador de competitividade empresarial que revela o modo como as organizações influenciam, de um lado, na solução dos problemas da sociedade visando à elevação do padrão da sua qualidade de vida e, por outro, na tentativa de minimizar os conflitos recorrentes no desempenho de suas atividades econômicas.

O Instituto Ethos, no tocante à gestão socialmente responsável e à divulgação das ações sociais, posiciona-se da seguinte maneira:

[...] é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torne parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social de toda a comunidade que a cerca: seus colaboradores, sua vizinhança etc. Enfim, é um compromisso, um pacto entre empresa e sociedade, onde ambos os lados só têm a ganhar (INSTITUTO ETHOS, 2001).

As empresas, em sua maioria, consomem, de forma direta ou indireta, recursos naturais, renováveis ou não, que fazem parte do patrimônio comum de toda a humanidade, também utilizam capitais financeiros e tecnológicos; capacidade e força de trabalho dos seus empregados; e as possibilidades que o estado lhe propicia, conseqüentemente, beneficiando a sociedade.

A sociedade sobrevive dos benefícios gerados pelas atividades econômicas, todavia sofre com os impactos delas e os efeitos decorrentes da manutenção destas atividades, quando não internalizados, oneram o meio externo acarretando perdas na qualidade de vida da população, criando um ônus financeiro para as famílias e governos que passam a ter gastos maiores com a população atingida e com o meio-ambiente desconfigurado (RIBEIRO, 2003).

A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e consegue incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas daqueles que lhes financiam diretamente.

3 INFORMAÇÃO DE NATUREZA SOCIOECONÔMICA E AMBIENTAL E O BALANÇO SOCIAL

O ambiente empresarial, vivido atualmente em países de economia avançada, está cada vez mais atento à necessidade de se alinhar aos anseios dos movimentos sociais em andamento, os quais propugnam por justiça e equidades de tratamento.

Adotar modernas práticas organizacionais na gestão dos negócios já não é o bastante para atender às exigências da nova sociedade que se instala, sendo necessário relatar e demonstrar como as corporações atuam. A nova expectativa e a percepção da sociedade contemporânea, em termos de informação empresarial, evoluíram do estágio "confie em mim" para "conte-me" e caminha célere para o "mostre-me".

Cada vez mais, as corporações são impelidas a não só agir correta e eticamente, mas também a mensurar a extensão de suas ações empresariais e divulgá-las para o conhecimento das partes interessadas que gravitam no seu entorno. Assim, as empresas que desempenham sua função social de forma correta e divulgam transparentemente as ações empreendidas têm maior propensão a se tornar respeitadas e admiradas pelos diversos stakeholders, elevando, conseqüentemente, o valor do seu capital reputacional.

É de importância singular que as corporações desenvolvam e adotem junto ao sistema contábil tradicional, de predominância financeira e patrimonial, a avaliação e divulgação de suas ações de cunho social que visam a atender aos interesses de todos os stakeholders.

A evidenciação e a divulgação de ações que ultrapassam o registro e o desempenho de natureza econômico-financeiro, práticas que vêm ganhando prestígio e consolidação no mundo internacional dos negócios, se concretizam por diversas maneiras e fazem parte de procedimentos sistematizados pela Contabilidade Social, que dentre outras atribuições se ocupa de registrar, organizar, apresentar e interpretar as ações sociais das organizações e seus impactos econômicos e financeiros.

A contabilidade como principal base de informações financeiras, econômicas e patrimoniais, deve procurar retratar os impactos provocados pela interação da empresa com a sociedade e o meio ambiente. Neste sentido, o Balanço Social se constitui em um importante instrumento de controle e tomada de decisões e uma ferramenta de evidenciação das ações socioeconômicas e ambientais das empresas.

O Balanço Social é uma das ferramentas utilizadas no sentido de se avaliar aquilo que a empresa valoriza, no que se refere ao lado humano e à comunidade. As empresas precisam ter cuidado especial ao divulgar suas ações sociais, visto que essa prática implica aumento de compromisso para com a sociedade (TOLDO, 2002).

Toldo (2002, p. 85), ao lembrar que a empresa, além de ser uma realidade econômica, é uma realidade social, esclarece que o Balanço Contábil é um reflexo do resultado econômico, enquanto o Balanço Social deve refletir os benefícios relativos ao ser humano, contemplando aspectos relacionados a atividades sociais, ambientais, da própria empresa (salários, alimentação, educação, segurança do trabalho, participação nos resultados operacionais etc.) e ecológicas, os quais se traduzam em benefícios contributivos à sociedade, como um todo.

Segundo TINOCO (1994, p. 56):

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

KROETZ (2000, p. 53) considera que:

o Balanço Social representa a demonstração dos recursos e das influências favoráveis e desfavoráveis recebidas e transmitidas pelas entidades, na promoção humana, social e ecológica, e os efeitos dessa interação são dirigidos aos gestores, aos empregados e à comunidade, no espaço temporal passado/presente/futuro.

Segundo FREIRE (1997, p. 4), "o balanço social é o conjunto de informações com base técnica contábil, gerencial e econômica capaz de proporcionar uma visão da relação capital-trabalho no que diz respeito aos seus diferentes aspectos econômico-sociais".

Todas as definições sobre o que seja Balanço Social têm convergido para uma mesma afirmação: conjunto de informações econômicas, financeiras e sociais sobre a participação da empresa em benefício da sociedade.

Portanto, entende-se que o Balanço Social é um instrumento de informação contábil de ordem qualitativa e quantitativa que interliga as ações de uma entidade à sociedade, a partir de indicadores de caráter sócio-econômico, e tem por finalidade auxiliar os usuários na tomada de decisões, podendo ser utilizado por todos aqueles pertencentes ao ambiente interno e externo da entidade, inserindo-se aqui a própria sociedade.

A idéia da divulgação do Balanço Social surgiu na França, na década de 1970. Evidenciava, a princípio, apenas indicadores alusivos às relações de trabalho. Desde 1977, todas as empresas com mais de 300 empregados (Lei no. 77.769, de 12.07.1977) são obrigadas a publicar seu Balanço Social. Diversos países da Europa, dentre eles Alemanha, Bélgica, Holanda, Inglaterra e Portugal, são obrigados a publicar este instrumento contábil. Nas últimas três décadas foram sendo gradativamente incorporados aos demonstrativos financeiros obrigatórios: a Demonstração do Valor Adicionado e as relações envolvendo a questão ambiental (OLIVEIRA et al., 2003a).

No Brasil, pode-se dizer que a preocupação com a responsabilidade social começou ainda na década de 60. Como bem enfatiza Torres (2002),

a mudança de mentalidade empresarial já pode ser notada na "Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas" desde a sua publicação, em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil).

Alguns acontecimentos importantes marcaram a evolução do Balanço Social no Brasil: na década de 80, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) chegou a elaborar um modelo de Balanço Social. Porém, só a partir do início dos anos 90 é que algumas poucas empresas passaram a levar a sério esta questão e divulgar sistematicamente em balanços e relatórios sociais as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários.

Na década de 90, o Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas - IBASE, por iniciativa do sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, com o apoio de lideranças empresariais da Comissão de Valores Mobiliários e do jornal econômico *Gazeta Mercantil* desenvolveu um modelo de Balanço Social e o divulgou em 1997. Embora sem publicação obrigatória, algumas empresas de grande porte já se preocupam em divulgar suas ações de cidadania neste instrumento de informação social.

As informações de natureza socioeconômica e ambiental podem ser de caráter qualitativo e quantitativo e buscam evidenciar as ações da empresa relacionadas ao meio-ambiente, aos colaboradores internos e externos e à sociedade.

No Brasil, muitas empresas, apesar da inexigibilidade legal, estão adotando a publicação de informações sociais como forma de prestação de contas à comunidade bem como de fortalecimento da imagem da organização comprometida com o social. Esta evidenciação tem sido feita através do Balanço Social, Relatórios da Administração e das Notas Explicativas (OLIVEIRA; RIBEIRO, 2003; OLIVEIRA; ALVES, 2003; OLIVEIRA; RIBEIRO; PONTE, 2003; RIBEIRO; CUNHA, 2003; NOSSA; CARVALHO, 2003; OTT; DAVID, 2003; RIBEIRO; PINTO, 2003; OLIVEIRA et al., 2002a; OLIVEIRA et al., 2002b).

O Balanço Social fornece informações úteis tanto para gestores, acionistas, empregados, quanto para a sociedade de um modo geral. Segundo Tinoco (1994, p.15), "Não existe aí um balanço para os acionistas e um balanço para o pessoal. O mesmo documento reúne indicadores úteis para julgar a situação econômica e apreciar os dados sociais e ambientais".

Faz-se necessário ressaltar que a empresa é um organismo social vivo, composto por pessoas, e o que a elas acontece é socialmente relevante. Não se pode conceber que o trabalhador entre na empresa como fator de produção e saia como problema social. A contabilidade, como ciência que estuda a situação patrimonial e o desempenho

econômico-financeiro das entidades, possui os instrumentos necessários para contribuir com a identificação do nível de responsabilidade social dos agentes econômicos (RIBEIRO, 2003).

Assim, a empresa gira em função da sociedade e do que a ela pertence, devendo, em troca, no mínimo, prestar-lhe contas da eficiência e responsabilidade com que usa os recursos disponíveis. Isto pode ocorrer através da evidenciação de informações econômicas, sociais e ecológicas, de modo a permitir a geração de indicadores tanto de ordem quantitativa quanto de ordem qualitativa.

Pode-se considerar como alguns dos indicadores de ordem econômica: o valor adicionado, a relação entre o salário e receita bruta, a distribuição da riqueza e a carga tributária da empresa; de ordem social e ambiental: a evolução do emprego, a participação do pessoal por sexo, faixa etária, nível de instrução e raça, e a política de benefícios sociais; e de ordem ecológica: a política de preservação do meio ambiente; de higiene e de segurança no trabalho; e de utilização dos recursos naturais.

4 O BALANÇO SOCIAL ENQUANTO INSTRUMENTO DE EVIDENCIAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE NATUREZA SOCIOECONÔMICA E AMBIENTAL E OS DIVERSOS MODELOS EXISTENTES E SEUS ENFOQUES

O primeiro modelo de Balanço Social, enquanto instrumento de evidenciação de informações de natureza socioeconômica e ambiental, surgiu na França, no início da década de 70, e retratava apenas as relações de trabalho e emprego das entidades.

Ao longo de três décadas foram incorporados a este demonstrativo a demonstração do valor agregado e as relações com o meio ambiente, aumentando o seu potencial de utilização na gestão empresarial, conforme esclarece Tinoco (2002, p.63):

A inserção das questões econômicas, ambientais e de cidadania às questões sociais ampliaram o escopo do balanço social, [...], compreendendo:

- o balanço social em sentido restrito (balanço das pessoas);
- a demonstração do valor adicionado (agregado);
- o balanço ecológico (ambiental); e
- a responsabilidade social da empresa.

A França também foi o primeiro país a tornar obrigatória a publicação do Balanço Social para empresas a partir de 300 funcionários, através da Lei nº77.769, de 12 julho 1977, que o dividia em sete capítulos de informações:

I - emprego;

- II - remuneração e encargos sociais;
- III - condições de higiene e segurança;
- IV - outras condições de trabalho;
- V - formação;
- VI - relações profissionais;
- VII - outras condições de vida relevantes da empresa.

No Brasil, existe o modelo proposto pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE, que estabelece uma estrutura para o Balanço Social baseada nos seguintes itens:

I - indicadores econômicos - faturamento bruto, lucro operacional, folha de pagamento;

II - indicadores laborais - alimentação, encargos sociais, previdência privada, saúde;

III - educação, participação nos lucros, outros benefícios;

IV - indicadores sociais - impostos, contribuições sociais, investimento em meio ambiente;

V - índices do corpo funcional - números de empregados no início e fim do período, admissões no período.

A estrutura de Balanço Social proposta por Kroetz (2000, p.73), citando o projeto de Lei nº 32/99, apresenta um detalhamento maior, como segue:

I - indicadores sobre a Empresa - faturamento bruto, lucro operacional, folha de pagamento destacando a prestação de serviço;

II - indicadores do corpo funcional - números de empregados no início e fim do período, admissões no período, escolaridade, sexo, faixa etária, raça e nível de instrução;

III - encargos sociais pagos e especificados por itens;

IV - tributos pagos e especificados por itens;

V - gastos com alimentação do trabalhador;

VI - investimento em educação do trabalhador;

VII - saúde dos empregados;

VIII - segurança no trabalho;

IX - outros benefícios sociais;

X - gasto com previdência privada;

XI - investimentos na comunidade;

XII - investimento no meio ambiente.

Além do modelo de Balanço Social desenvolvido pelo IBASE, dois têm se destacado, pelo menos em comentários e discussões:

I - Modelo Ethos - idealizado pelo Instituto Ethos, este modelo adota um extenso relato dos princípios e das realizações das organizações, sugerindo um detalhamento das informações modelo do IBASE.

II - Modelo Internacional - no exterior a diversidade é muito grande, porém o modelo da GRI - Global Reporting Initiative - organização lançada pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, está sendo o mais aceito e é nele que se baseia o modelo Ethos.

Não se pode esquecer também que, embora a ótica seja o social, o objeto central da discussão ainda é o patrimônio individual, se ele está auxiliando a sociedade e de que forma. Assim sendo, cabe à Contabilidade a identificação dos fatos que dizem respeito ao patrimônio individual de cada organização. Neste contexto, evidencia-se o caráter genuinamente contábil do Balanço Social.

A evidenciação de um demonstrativo deste gênero é a maneira pela qual a empresa justifica à sociedade a sua existência, provando que o seu custo-benefício é positivo, porque agrega valores à economia, porque respeita os direitos humanos de seus colaboradores e, ainda, porque desenvolve todo o seu processo operacional sem agredir o meio ambiente.

A diversidade de modelos existentes do Balanço Social mostra que um dos grandes problemas referentes à evidenciação de informação de natureza socioeconômica e ambiental é quanto à sua padronização, principalmente, devido às características distintas das empresas e os impactos de suas ações na sociedade.

5 METODOLOGIA

Trata-se de pesquisa exploratória, de natureza qualitativa, em que se buscou aumentar o conhecimento sobre o conteúdo e a forma das informações de natureza socioeconômica e ambiental de companhias brasileiras de capital aberto e fechado, instaladas na Bahia.

A escolha da amostra de empresas recaiu sobre o Estado da Bahia pela sua relevância para a economia do país e do nordeste e pelo interesse dos pesquisadores em conhecer a contribuição do Estado para a sua comunidade por meio de ações sociais.

Para responder o problema de pesquisa, atingir os objetivos e confirmar ou refutar os pressupostos assumidos, desenvolveu-se pesquisa bibliográfica e documental.

A pesquisa documental refere-se às demonstrações contábeis, relativas ao exercício contábil findo em 31 de dezembro de 2002; publicadas no Diário Oficial do Estado da Bahia, entre os meses de

janeiro e maio do ano de 2003, período que coincide com o estipulado pela legislação brasileira para a publicação de tais demonstrativos por estas sociedades comerciais.

As demonstrações contábeis publicadas no Diário Oficial do Estado da Bahia no período indicado perfizeram um total de 195. Entretanto, este número não representa o total de empresas que mantêm atividades operacionais na Bahia, pois há as que mesmo instaladas na Bahia, publicam suas demonstrações no Diário Oficial do Estado de suas matrizes ou do grupo ao qual pertencem. Trata-se, portanto, de uma amostra não-probabilista por acessibilidade, de companhias brasileiras de capital aberto e fechado instaladas na Bahia.

Com base nos modelos de Balanço Social do Ibase e do Instituto Ethos, elaborou-se um formulário (Anexo 1) para coleta dos dados sobre evidenciação de informações de natureza socioeconômica e ambiental pelas companhias de capital aberto e fechado, instaladas na Bahia.

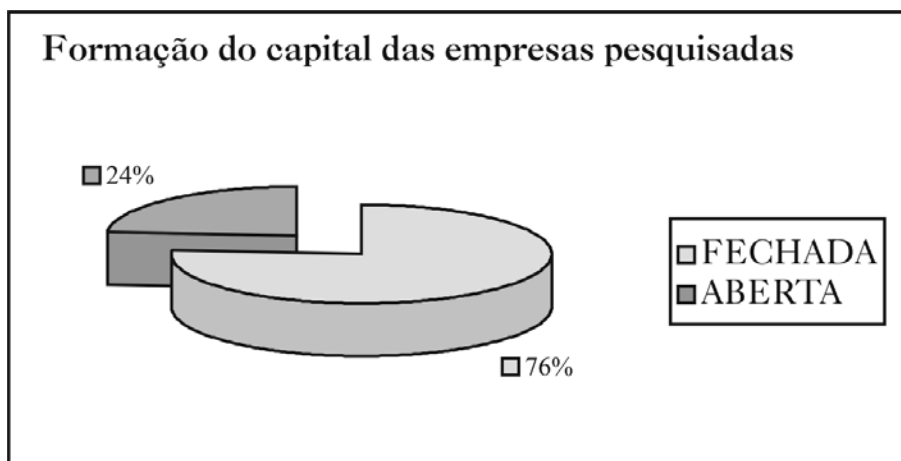
Utilizou-se da técnica de análise de conteúdo no tratamento dos dados colhidos. Apotaram-se três grandes grupos de informações socioeconômicas e ambientais: indicadores de desempenho econômico; indicadores de desempenho social - internos e externos; e indicadores de desempenho ambiental. Para cada um desses três grupos foram indicados tópicos que detalhavam as informações que se esperava que as demonstrações contábeis apresentassem. Também foi contemplado um item que dizia respeito à verificabilidade ou credibilidade das informações publicadas, mediante auditoria, avaliação de especialistas ou mensagem da administração. Esses três grandes grupos e seus detalhamentos tratam-se das categorias para análise dos dados colhidos.

Para cada item foi atribuída nota 1 (um) quando a informação estava presente nas demonstrações contábeis pesquisadas ou 0 (zero) quando nenhuma informação era encontrada. A escolha desse critério deveu-se ao fato das informações evidenciadas não serem uniformes, havendo desde as mais detalhistas até as mais sucintas, impossibilitando, utilizar uma escala mais acurada, que não implicasse em juízos de valor na análise.

6 RESULTADOS DA PESQUISA

De maneira a auxiliar a análise, investigou-se a formação do capital das empresas cujas demonstrações contábeis foram pesquisadas. Das 195 demonstrações contábeis analisadas, 149 são sociedades anônimas de capital fechado, enquanto 46 são sociedades anônimas de capital aberto, conforme é possível observar percentualmente no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Formação do capital das empresas pesquisadas



Fonte: Elaborado pelos autores

Na Tabela 1, é apresentado o resultado, em valores relativos e absolutos, em relação aos indicadores de desempenho econômico, social e ambiental, bem como a verificabilidade das informações divulgadas.

Tabela 1 - Comportamento do grupo de empresas pesquisado em relação à divulgação, nas demonstrações impressas, dos indicadores de desempenho econômico, social, ambiental e à verificabilidade das informações divulgadas

INDICADORES	N.º de empresas que divulgaram	% de empresas que divulgaram
INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÔMICO		
GERAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE RIQUEZA (DV)	4	2,05 %
INVESTIMENTOS EM P&D E EM MELHORIA DA PRODUTIVIDADE	40	20,51%
INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL		
SOCIAIS INTERNOS		
PERFIL DOS COLABORADORES	2	1,03%
PERFIL DOS SALÁRIOS	3	1,54%
EDUCAÇÃO E TREINAMENTO	30	15,38%
TAXAS DE ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE PESSOAL	11	5,64%
SOCIAIS EXTERNOS		
FORNECEDORES (PERFIL, POLÍTICA DE SELEÇÃO)	16	8,21%
CONSUMIDORES E CLIENTES (PESQ. SATISFAÇÃO, PRINCIPAIS RECLAMAÇÕES)	13	6,67%
COMUNIDADE (INVESTIMENTOS SOCIAIS)	21	10,77%

GOVERNO E SOCIEDADE (PARTICIPAÇÃO EM FORUNS, ETC.)	34	17,44%
INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL		
DESCRIÇÃO DAS POLÍTICAS AMBIENTAIS	22	11,28%
PRINCIPAIS IMPACTOS ECOLÓGICOS	19	9,74%
USO DE RECURSOS (ENERGIA, ÁGUA E ETC.)	19	9,74%
VERIFICABILIDADE/CREDIBILIDADE DAS INFORMAÇÕES DIVULGADAS		
AUDITORIA, AVAL. DE ESPECIALISTAS E MENSAGEM DA GESTÃO ATESTANDO	122	62,56%

Fonte: Elaborado pelos autores

A) INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÔMICO

Buscando identificar a prestação de informações sobre geração e distribuição de riqueza, pode-se observar que apenas 4 (quatro) empresas apresentaram a Demonstração do Valor Agregado - DVA. Um número baixo em relação ao total de empresas pesquisadas, o que pode ser reflexo da não-obrigatoriedade da publicação deste demonstrativo.

O percentual de empresas que publicaram informações sobre suas ações, no que se refere à política de investimento em pesquisa e desenvolvimento de produtos e processos, totalizou 20,51%. Esse percentual, considerando-se a acirrada luta que se travou com a globalização de mercados, por competitividade e produtividade, pode representar que as empresas baianas não acordaram, ainda, para essa nova realidade ou, por outro lado, que elas podem simplesmente não ter, ainda, acordado para a importância de informar os usuários da informação contábil dos investimentos realizados.

B) INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL INTERNO E EXTERNO

Apesar dos incentivos de diversas entidades tais como o Instituto Ethos e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - Ibase, que certificam as empresas que adotam os seus modelos de Balanço Social e comprovam sua preocupação com os aspectos sociais e ambientais, nas empresas pesquisadas, constatou-se que ainda é incipiente a divulgação de informações sobre as ações sociais através das demonstrações contábeis publicadas nos meios impressos, pois apenas 4 empresas divulgaram um Balanço Social.

Para reforçar esta afirmação, basta observar que apenas 1,03% das empresas pesquisadas apresentou informações sobre o perfil de seus colaboradores e 1,54% sobre o perfil de salários destes. O índice referente à prestação de informações sobre educação e treinamento alcançou 15,38%, o que pode

representar, conforme se comentou sobre investimentos em pesquisa e desenvolvimento de produtos e processos, falta de investimentos nesse sentido ou falta de conscientização da importância de se divulgar essa informação.

Vale ressaltar que a Comissão de Valores Mobiliários (CVM, 2003), no Parecer de Orientação n.º 15/87, sugere que as companhias evidenciem, pelo menos em seus relatórios de administração, o número de empregados no término dos dois últimos exercícios e turnover nos dois últimos anos, segmentação da mão-de-obra segundo a localização geográfica; nível educacional ou produto; investimento em treinamento; fundos de seguridade e outros planos sociais. Portanto, pelo menos as sociedades abertas deveriam evidenciar informações sobre educação e treinamento, no entanto, nem todas o fazem.

Já em relação ao desempenho social externo, 8,21% das empresas apresentaram informações acerca da relação com os fornecedores; 6,67% fizeram menção sobre a satisfação dos clientes; 10,47% apresentaram informações a respeito da interação entre a companhia e a comunidade; e, por fim, 17,44% informaram sobre participação em fóruns e debates com o governo e com a sociedade.

C) INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL

Com estes indicadores buscou-se identificar as informações prestadas pelas empresas sobre a existência de uma política no que se refere às questões de ordem ambiental, os impactos ecológicos causados no desenvolvimento de suas atividades, bem como a utilização de recursos naturais (energia, água etc.).

Observou-se que em 11,28% das demonstrações pesquisadas foram encontradas menções a respeito da descrição das políticas ambientais adotadas pelas companhias.

Quanto à divulgação dos principais impactos ecológicos ocasionados pelo desempenho de suas operações, 9,74% das empresas apresentaram informações deste caráter, este mesmo percentual foi verificado em relação à prestação de informações sobre o uso de recursos naturais.

D) VERIFICABILIDADE/CREDIBILIDADE DAS INFORMAÇÕES DIVULGADAS

Este último item da pesquisa apresentou o mais alto percentual de divulgação, pois 62,56% das companhias apresentam parecer de auditoria ou o conselho de administração manifestou-se atestando a credibilidade das informações evidenciadas.

Esta grande diferença em relação aos demais índices decorre da obrigatoriedade legal do parecer de auditoria para as sociedades anônimas.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi feita uma consulta, nos sites das 15 (quinze) maiores companhias baianas, para verificar se existem diferenças no tocante às informações de caráter socioeconômica e ambiental, entre o que é informado no site e o que é apresentado nas demonstrações impressas, divulgadas no Diário Oficial.

Constatou-se que dessas 15 (quinze) empresas, a maioria não divulgou quaisquer informações daquela natureza pela via impressa (através dos demonstrativos), mas apresentaram algum tipo de informação em seu endereço eletrônico, inclusive a sua certificação por institutos como o Ethos e o Ibase como empresas cidadãs, ou seja, metade das empresas apesar de realizarem ações sociais não utilizam as demonstrações contábeis impressas como veículo de divulgação destas.

Observou-se, também, que além da baixa presença de informações de natureza socioeconômica e ambiental, as informações divulgadas são, principalmente, descritivas e não-quantitativas (tanto em termos monetários quanto não-monetários).

Realizou-se, ainda, a análise do conteúdo das informações socioeconômicas e ambientais, separadamente, em empresas de capital aberto e fechado, donde foi possível constatar que em todos os tópicos as informações eram prestadas, em sua maioria, por companhias abertas.

Ainda assim, somente sobre os tópicos investimentos em P&D e em melhoria da produtividade; educação e treinamento; e governo e sociedade, a maioria das empresas abertas pesquisadas prestou informações.

Entretanto, não se pode generalizar para todas as sociedades de capital aberto a preocupação em prestar esse tipo de informação por não se tratar de uma amostra estatística representativa da população.

8 CONCLUSÕES

Em resposta ao problema apresentado na introdução deste artigo, os resultados apurados na presente pesquisa demonstraram que as empresas baianas pesquisadas, de capital aberto e fechado, precisam evoluir no sentido de utilizarem-se dos demonstrativos contábeis para evidenciar informações sobre sua interação com empregados, sociedade e meio ambiente.

Referindo-se à evidenciação do demonstrativo identificado como Balanço Social, a situação se agrava, pois, conforme observou-se na pesquisa, apenas 04 (quatro) empresas apresentaram tal demonstrativo, ainda assim, não guardavam entre si semelhança que permitisse o estabelecimento de padrões de comparabilidade.

Observou-se que a maioria das informações, de caráter social evidenciadas, estava inserida nos relatórios da administração ou notas explicativas.

O primeiro pressuposto assumido no início da pesquisa foi refutado, tendo em vista que o nível de evidenciação observado com relação aos tópicos propugnados nos modelos de Balanço Social existentes, referidos no desenvolvimento da pesquisa, como o do Ibase e do Ethos, a saber: desempenho econômico, social e ambiental, não ultrapassou 21%.

Apesar do baixo nível de evidenciação, a maior parte do conteúdo destacado sobre o desempenho socioeconômico e ambiental das empresas pesquisadas refere-se aos tópicos acima mencionados.

Portanto, os percentuais observados revelam que as empresas baianas pesquisadas não julgam importante divulgar informações de natureza socioeconômica e ambiental nas demonstrações contábeis publicadas por meio impresso. Reforça esta afirmação, o fato de que o Balanço Social é pouco utilizado pelas empresas pesquisadas e que, ainda assim, não há adoção de um modelo único, sendo, portanto, refutado também o segundo pressuposto.

Seria interessante que houvesse uma padronização da evidenciação de informações sociais por parte das empresas, por meio de um Balanço Social único. A não-obrigatoriedade da publicação do Balanço Social no Brasil, bem como o não-estabelecimento de um modelo padrão a ser seguido, configuram-se como entraves na divulgação e na comparação das ações sociais das empresas baianas pesquisadas.

Entretanto, pesquisas apontam para a falta de uniformidade na evidenciação entre as empresas, dos diversos ramos de atividade e portes, sendo as informações, em sua maioria, de natureza descritiva e não quantitativa (NOSSA; CARVALHO, 2003; GELB; STRAWSER, 2001).

Sugere-se que pesquisas sejam realizadas no sentido de verificar a relação entre ramo de atividade e porte e nível de evidenciação.

Por fim, vale ressaltar que, por tratar-se de uma amostra não-probabilista, as conclusões não podem ser generalizadas para o universo das empresas baianas.

REFERÊNCIAS

- ARRUDA, M. C. C. de. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. São Paulo: Atlas, 2001.
- ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- BORGER, F. G. **Responsabilidade Social: Efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. Tese (Doutorado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade/USP. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2001.
- BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSABILITY INSTITUTE - BSRI. **Providing competitive advantage, corporate social responsibility can help a company**. Disponível em: <<http://www.bsr.org/Meta/About/index.cfm>>. Acesso em 06.09.2004.
- COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. Parecer de Orientação No. 15/87. Brasília: CVM, 1987. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br/port/snc/normas.asp>> Acesso em: 03 de março de 2003.
- CORRÊA, F. T. de B. S.; MEDEIROS, J. R. C. Responsabilidade social corporativa para quem?. In: **Responsabilidade Social das Empresas** - a contribuição das universidades, v. II. São Paulo:

Peirópolis: Instituto Ethos, 2003.

DRUCKER, P. F. **Sociedade pós-capitalista**. Tradução: Nivaldo Montingelli Jr. São Paulo: Pioneira, 1993.

FREIRE, F. de S. **O Balanço Social no Brasil: gênese, finalidade e implementação como complemento às demonstrações contábeis**. Fortaleza: mimeo, 1997.

GELB, D. S.; STRAWSER, J. A. Corporate social responsibility and financial disclosures. **Journal of Business Ethics**. Sep 2001; 33, 2001. Kluwer Academic Publishers: Netherlands, 2001.

INSTITUTO ETHOS. **Guia de Elaboração de Relatório e Balanço Anual de Responsabilidade Social Empresarial**. São Paulo: Instituto Ethos, 2001.

KROETZ, C. E.S. **Balanço Social**. São Paulo: Atlas, 2000.

MACHADO FILHO, C. A. P. **Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações: um estudo multicase**. Tese (Doutorado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade/USP. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2002.

NOSSA, V.; CARVALHO, L. N. G. de. **Uma análise do conteúdo do disclosure ambiental de empresas do Setor de Papel e Celulose em Nível Internacional**. XXVII ENANPAD. Anpad: Atibaia/SP, 2003.

OLIVEIRA, M. A. de. **Correntes fundamentais da ética contemporânea**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

OLIVEIRA, M. C. et al. O balanço social como instrumento de evidencição da responsabilidade social das empresas. **Anais** em CD-Rom do II Seminário de Responsabilidade Social e Ambiental, promovido pelo Departamento de Contabilidade/FEAAC/ UFC e outros, em Aquiraz/CE, 08 de Agosto de 2002a

OLIVEIRA, M. C. et al. A importância da Demonstração do Valor Adicionado como instrumento de evidencição da geração e da distribuição de riqueza das empresas. **Anais** em CD-Rom do II Seminário de Responsabilidade Social e Ambiental, promovido pelo Departamento de Contabilidade/FEAAC/UFC e outros, em Aquiraz/CE, 08 de Agosto de 2002b.

OLIVEIRA, M. C.; PONTE, V. R. A busca da qualidade na responsabilidade social e ética e na divulgação e auditoria de relatórios sociais: a estrutura AA 1000 e a Souza Cruz. **Anais** em CD-Rom do XXVI Enanpad, promovido pela Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração, 22 de setembro de 2002.

OLIVEIRA, M. C.; RIBEIRO, M. de S.; PONTE, V. Efeitos da Globalização Econômica e da Harmonização Internacional da Contabilidade na Evidencição de Informações Socioeconômicas nas Demonstrações Contábeis. In. 3o. Congresso USP de Contabilidade, 2003, São Paulo. **Anais** do 3o. Congresso USP de Contabilidade, São Paulo FEA-USP, 2003

OLIVEIRA, M. C.; ALVES, J. F. V. A evolução da evidencição da Demonstração do Valor Adicionado no Brasil e a geração e distribuição de riqueza por empresas brasileiras. In. 3o. Congresso USP de Contabilidade, 2003, São Paulo. **Anais** do 3o. Congresso USP de Contabilidade, São Paulo FEA-USP, 2003

OLIVEIRA, M. C.; RIBEIRO, M. de S. Análise da evolução das informações econômico financeiras de natureza ambiental: o estudo do caso Petrobrás. In. X Congresso Brasileiro de Custos, 2003, Guarapari-ES. **Anais** do X Congresso Brasileiro de Custos, Guarapari-ES Associação Brasileira de Custos, 2003

OTT, E.; DAVID, A. R. de. **Balanço Social** - uma análise das informações evidenciadas pelas empresas. XXVII ENANPAD. Anpad: Atibaia/SP, 2003.

RAPPAPORT, A. **Gerando valor para o acionista: um guia para administradores e investidores**. Tradução: Alexandre L.G. Alcântara. São Paulo: Atlas, 2001.

RIBEIRO, M. de S. **Balanço Social**. Disponível em <http://www.balancosocial.org.br>, acesso em 12.06.2003.

RIBEIRO, M. de S.; OLIVEIRA, M. C. Análise da evolução das informações econômico-financeiras de natureza ambiental: o Estudo do Caso Petrobrás. **Anais** em CD-Rom do X Congresso Brasileiro de Custos. Associação Brasileira de Custos: Guarapari-ES, 2003.

RIBEIRO, M. de S.; PINTO, A. L. O Balanço Social como instrumento de evidencição de Responsabilidade Social: Um estudo no Estado de Santa Catarina. **Anais** em CD-Rom do 3o. Congresso USP de Contabilidade. FEA/USP: São Paulo, 2003.

RIBEIRO, M. de S.; CUNHA, J. V. A. de. Balanço Social das empresas do setor energético. In.

XXXVIII Assembléia Anual do CLADEA, 2003, Lima-Peru. **Anais da XXXVIII Assembléia Anual do CLADEA**, CLADEA, 2003

SAAD, C. S.; CARVALHO, C. D.; COSTA, T. M. Meio ambiente é o negócio. In: **Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2002.

SEN, A. K. **Sobre ética e economia**. São Paulo: Cia. das Letras, 1999.

TINOCO, J. E. P. **Balço Social** - Uma Abordagem Sócio-Econômica da Contabilidade. 1994. Dissertação (Mestrado em Contabilidade)- Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo.

_____. Balço Social: balanço da transparência corporativa e da concentração social. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Conselho Federal de Contabilidade, ano XXXI, n. 135, p. 57-73, 2002.

TOLDO, M. Responsabilidade social empresarial. In: **Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2002.

TORRES, C. **Um pouco da História do Balço Social**. - artigo visitado no site: <http://www.balancosocial.org.br> em fevereiro de 2002.

ZILBERSTAJN, D. **A organização ética**: um ensaio sobre as relações entre ambiente econômico e o comportamento das organizações. Working Paper. Texto base de aula de erudição para obtenção do título de professor titular. São Paulo. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade/ USP, 2000.

Anexo I - Formulário de Avaliação das Informações de Natureza Social aplicado na pesquisa junto às demonstrações contábeis coletadas

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE NATUREZA SOCIAL		SIM (1) / NÃO (0)
INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÔMICO		
1	GERAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE RIQUEZA (DVA)	
2	INVESTIMENTOS EM P&D E EM MELHORIA DA PRODUTIVIDADE	
	SCORE A (1+2)	0
INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL		
SOCIAIS INTERNOS		
3	PERFIL DOS COLABORADORES	
4	PERFIL DOS SALÁRIOS	
5	EDUCAÇÃO E TREINAMENTO	
6	TAXAS DE ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE PESSOAL	
	SCORE B1 (3+4+5+6)	0
SOCIAIS EXTERNOS		
7	FORNECEDORES (PERFIL, POLÍTICA DE SELEÇÃO)	
8	CONSUMIDORES E CLIENTES (PESQ. SATISFAÇÃO, PRINCIPAIS RECLAMAÇÕES)	
9	COMUNIDADE (INVESTIMENTOS SOCIAIS)	
10	GOVERNO E SOCIEDADE (DESCREVER PARTICIPAÇÃO EM FORUNS, ETC.)	
	SCORE B2 (7+8+9+10)	
INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL		
11	DESCRIÇÃO DAS POLÍTICAS AMBIENTAIS	
12	PRINCIPAIS IMPACTOS ECOLÓGICOS	
13	USO DE RECURSOS (ENÉRGIA, ÁGUA E ETC.)	
	SCORE B3 (11+12+13)	
VERIFICABILIDADE/CREDIBILIDADE DAS INFORMAÇÕES DIVULGADAS		
14	AUDITORIA, AVAL. DE ESPECIALISTAS E MENSAGEM DA GESTÃO	
	ATESTANDO	
	TOTAL DO SCORE (0-14)	0