

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**BALANÇO SOCIAL: Uma análise da responsabilidade social em empresas  
esperancenses**

**Aline Araújo Fernandes**

**Campina Grande – PB  
2012**

**ALINE ARAÚJO FERNANDES**

**BALANÇO SOCIAL: Uma análise da responsabilidade social em empresas  
esperancenses**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC apresentado ao Departamento do Curso de Ciências Contábeis, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. MSc. Ricardo Ferreira Dantas  
Coorientador: Prof. MSc. Milton Jarbas Rodrigues Chagas

**Campina Grande – PB  
2012**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL CIA1 – UEPB

F363b Fernandes, Aline Araújo.

Balço social: uma análise da responsabilidade social em empresas esperancenses / Aline Araújo Fernandes. – 2012.

20 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, 2012.

“Orientação: Prof. Ms. Ricardo Ferreira Dantas, Departamento de Ciências Contábeis”.

1. Balço Social. 2. Responsabilidade Social. 3. Contabilidade Social . I. Título.

21. ed. CDD 657.3

**ALINE ARAÚJO FERNANDES**

**BALANÇO SOCIAL: Uma análise da responsabilidade social em empresas  
esperancenses**

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi julgado adequado para obtenção do  
título de Bacharel em Ciências Contábeis, sendo aprovado em sua forma final.



Professor Msc. José Elinilton Cruz de Menezes  
Coordenador do Trabalho de Conclusão de Curso

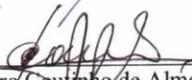
Professores que compuseram a banca:



Professor Msc. Ricardo Ferreira Dantas  
Orientador



Professor Msc. Ademir Barbosa Leão  
Membro



Professor Msc. Pedro Coutinho de Almeida  
Membro

**Campina Grande – PB, 27 de novembro de 2012**

## RESUMO

FERNANDES, Aline Araújo. **Balço Social: Uma análise da responsabilidade social em empresas esperancenses.** 2012. 20 páginas. Trabalho de conclusão de curso – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2012.

Atualmente a responsabilidade social empresarial tem sido bastante discutida e vem ganhando cada vez mais visibilidade. As empresas por uma questão ética e moral, ou até mesmo para preservação de imagem, procuram atuar com uma visão além do próprio lucro. Questões como geração de emprego e renda, desenvolvimento da localidade onde estão inseridas, ações sociais, entre outras atitudes socialmente responsáveis vem sendo desempenhadas por estas empresas. A contabilidade como principal meio de informações sobre os recursos e aplicações das entidades se adequou a esta nova visão criando uma ferramenta denominada Balço Social. Fornecedores, clientes, colaboradores, investidores, entre outros, foram classificados como usuários desta demonstração. Neste contexto, o presente artigo tem como objetivo conhecer a visão das maiores empresas da cidade de Esperança - PB sobre Responsabilidade Social, enquanto clientes e fornecedores e se os mesmos utilizam a informação contábil nesse processo. Para atingir o objetivo proposto, utilizou-se a pesquisa exploratória-descritiva, com a utilização de estudos de multicasos com as maiores empresas na cidade de Esperança - PB. Quanto aos resultados da pesquisa observou-se que as empresas esperancenses demonstraram interesse nas informações contidas em um Balço Social e poderiam ser consideradas usuárias do Balço Social, quando conhecedoras deste.

Palavras-chave: Balço Social. Responsabilidade Social. Contabilidade Social.

## 1 INTRODUÇÃO

As empresas, no geral, são constituídas com o objetivo principal de obter lucro. Oferecendo à sociedade produtos e serviços. No entanto, sua contribuição à sociedade, não se restringe apenas a oferta do que se propôs a oferecer. Suas contribuições vão além, as quais se destacam: geração de emprego e renda, desenvolvimento na localidade onde está inserida, recolhimento de tributos, que promoverão ações sociais por parte dos governos, entre outros.

Na sociedade contemporânea onde a sustentabilidade e os valores éticos e morais estão conquistando um maior espaço, as empresas precisam direcionar suas ações também ao aspecto social. Desta forma, é preciso que as entidades desempenhem um papel social útil a sociedade, tais como: projetos direcionados a proteção do meio ambiente, projetos educacionais, projetos sociais em geral, entre outros.

Dentro desse universo de empresa e sociedade, a missão da contabilidade é construir uma “ponte” onde serão transmitidas informações aos mais variados usuários.

De acordo com Santos (2007, p.16) “[...] a Contabilidade tem demonstrado que sua

base de dados para a prestação de informações deve passar a ser um dos principais instrumentos de balizamento nas relações do homem e das empresas que estejam inseridas em um mesmo contexto social”.

Nesse contexto, surge o seguinte problema de pesquisa: **Qual a visão das maiores empresas da cidade de Esperança - PB sobre Responsabilidade Social, enquanto clientes e fornecedores e se os mesmos utilizam a informação contábil nesse processo?**

O tema demonstrado nesse artigo possui relevância para todo aquele que se importa com o lado humano, e acredita que todas as áreas devem contribuir de alguma forma para a melhoria do contexto social.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: é iniciado pela introdução, seguido do referencial teórico, referencial metodológico, dados e análise da pesquisa, considerações finais e referências bibliográficas.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 O OBJETIVO DA CONTABILIDADE**

De acordo com Tinoco (2008, p.20), “a contabilidade surgiu para dar respostas às necessidades do conhecimento do patrimônio do homem e de sua evolução”, mostrando que o patrimônio é o ponto primordial para o surgimento da contabilidade.

Para Santos (2007, p.11), “pode-se-ia começar afirmando que um dos principais objetivos da Contabilidade é o de oferecer informações a respeito da vida das empresas”, ou seja, a contabilidade possui a missão de demonstrar a situação econômico-financeira da empresa, a utilização de seu patrimônio e demonstração de seus recursos e aplicações.

Na visão de Ávila (2006, p. 19), “a contabilidade atualmente é uma poderosa ferramenta que auxilia no encaminhamento de informações sobre as situações econômico-financeiras da empresa.” Ávila demonstra a atual missão da contabilidade, que embora ainda possua o patrimônio como objeto, vai além de contabilizar esse patrimônio apenas para controle de seus proprietários. A contabilidade é a grande responsável por gerar informações para os mais diversos usuários, suprimindo as mais diferenciadas necessidades que venham a surgir por parte destes.

Tinoco (2008, p.28) afirma:

A Contabilidade precisou, e precisa constantemente, dotar-se de conhecimentos, ferramentas, enfim, de todo arcabouço conceitual, para bem poder responder a seus

desideratos internos e externos. Precisa atender, sobretudo, aos usuários da informação, que tanto podem ser internos como externos, e que, em muitos casos, divergem quanto ao tipo de informação que desejam ver fornecida pela Contabilidade.

Hoje as empresas possuem um objetivo maior que repassar apenas informações sobre sua lucratividade para os empresários. Elas devem satisfazer também a necessidade de informações inerentes à sociedade. Sociedade esta, composta por investidores, governo, empregados, fornecedores e a população em geral que buscam informações peculiares sobre a entidade atuante no mercado.

## 2.2 A CONTABILIDADE SOCIAL

Aqueles que veem a contabilidade apenas como números, e que acreditam que as ciências contábeis deveriam ter sido enquadradas nas ciências exatas e não humanas, não conhecem a contabilidade em sua forma mais ampla, onde não foca apenas no resultado financeiro do exercício, mas sim no lado social dessa ciência.

Como afirma Santos (2005, p.18)

A natureza social da contabilidade traduz-se na preocupação com a compreensão da maneira com que os indivíduos ligados à área contábil criam, modificam e interpretam os fenômenos contábeis, sobre os quais informam seus usuários; representa a realidade que deve ser observada por esse ramo do conhecimento humano.

A contabilidade registra, demonstra, analisa e acompanha todos os fatos ocorridos durante as atividades da empresa. Procura ainda a forma mais clara de descrever esses fatos, se preocupando com o entendimento dos usuários. É de grande importância que os diferentes usuários ao utilizar-se das informações geradas pela contabilidade encontrem respostas para as mais diversas finalidades. O ramo da contabilidade social traz a finalidade de repassar a esses usuários informações de caráter social, criando através do Balanço Social uma espécie de “foto” das aplicações de recursos destinadas ao meio social, estreitando a relação entre empresa e sociedade.

Segundo Santos (2007, p.17) “a contabilidade, por estar incluída nas ciências sociais, tem como uma de suas premissas fundamentais a identificação e aproximação das relações entre os diversos indivíduos ou entidades de uma sociedade”.

Se uma instituição encontra-se tão fortemente entrelaçada com a sociedade, nada melhor que buscar um meio de demonstrar sua participação na melhoria desta. Mostrar que se

interessa por algo além do seu próprio lucro. Trata-se de retribuição pela colaboração da sociedade e meio ambiente em suas atividades.

Como a contabilidade trata-se dos “olhos” de uma empresa, fez-se necessário uma ramificação das ciências contábeis que dê a atenção necessária para o estudo das transações realizadas, que são voltadas para o lado social. Possuindo abrangência nacional, avaliando os valores agregados em prol da sociedade. Essa ramificação denomina-se Contabilidade Social.

De acordo com Santos (2007, p. 20), a Contabilidade Social

[..] é uma *síntese* com informações pouco detalhadas, despreocupando-se com informações individualizadas ou locais e ocupando-se mais dos agregados de produção e renda em níveis nacionais e sociais.

Santos (2007, p. 20) ainda afirma que “a Contabilidade Social não cuida de demonstrar a situação econômica e patrimonial dos diversos agentes econômicos, mas da apuração das transações realizadas”.

A função da contabilidade social não é a elaboração de demonstrações com informações de caráter econômico e patrimonial, não se trata da apuração financeira, mas quanto e onde foram aplicados recursos de determinada entidade em fins sociais.

### 2.3 USUÁRIOS DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

Para Paiva (2006, p. 118) os usuários das informações contábeis, encontram-se divididos em dois grupos, o grupo dos usuários diretos e o grupo dos usuários indiretos.

O grupo de usuários diretos são os responsáveis pela empresa, dentre eles os donos, sócios, diretores, gerentes supervisores e demais empregados. Já o grupo dos usuários indiretos é composto por investidores, credores, órgãos reguladores ou autoridades fiscais. Este segundo grupo procura estudar as demonstrações financeiras, antes de tomar quaisquer decisões.

Ainda para Paiva (2006, p. 118)

O grupo de usuários da informação contábil apresenta diferenciações quanto à utilização dessas informações geradas. Os informes devem então ser apresentados de tal maneira que cada interessado possa utilizá-los de acordo com suas necessidades, conhecimento prévio ou expectativas.

Paiva mostra que a informação contábil deve ser apresentada de forma simples e clara, de maneira que os diversos usuários consigam exprimir e compreender as informações ali apresentadas, e utilizá-las de acordo com as suas necessidades.

## 2.4 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

De acordo com o Instituto Ethos,

Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

A responsabilidade social empresarial é uma forma de gestão com finalidade voltada para outros usuários que não apenas os acionistas ou sócios da entidade. Sua base é a ética, e conscientização de que a sociedade é importante para empresa. Ao reconhecer a importância do meio interno e externo ela deverá promover ações colaboradoras ao desenvolvimento sustentável da sociedade, preservação do meio ambiente e cultural, respeitando a diversidade e promovendo assim a redução das desigualdades sociais.

A responsabilidade social não é um favor prestado, mas sim um papel importante que a empresa deve assumir. Como o próprio nome já mostra, é sua responsabilidade. Responsabilidade esta de preservar e auxiliar o meio em que atua.

A responsabilidade social vem sendo interpretada de diferentes formas. Geralmente procura-se entender tal conceito através de atos isolados. Diante da multiplicidade de interpretações para a responsabilidade social empresarial, Oliveira (1984, p. 204, *apud* CRUZ, 2006, p. 14) coloca:

[...] para uns, é tomada como uma responsabilidade legal ou obrigação social; para outros, é o comportamento socialmente responsável em que se observa a ética, e para outros ainda, não passa de contribuições de caridade que a empresa deve fazer. Há também os que admitem que a responsabilidade social é, exclusivamente, a responsabilidade de pagar bem aos empregados e dar-lhes bom tratamento. Logicamente, responsabilidade social das empresas é tudo isto, muito embora não seja somente estes itens isoladamente.

A citação acima mostra que a responsabilidade social das empresas não se trata de um fator isolado. Ao contrário disto, é composta por um conjunto de itens focados na melhoria da sociedade e do ambiente em que a empresa se encontra, gerando um quadro propício para a atuação da mesma.

Dentro dessa questão de contribuição para a sociedade, é despertado o sentido de comunidade como mostra MAcIVER (*apud* FERNANDES p. 118, *apud* VIEIRA, 2007, p.34) quando afirma que “se não houvesse sentido de comunidade, se os homens não cooperassem,

entre si, em seus empreendimentos, não haveria sistema social, nenhuma sociedade ou sociedades”.

Vieira mostra que para haver equilíbrio social, deve existir participação de ambos os lados, uma ajuda mútua, chegando à conclusão de que as empresas necessitam da sociedade, e a sociedade das empresas. A responsabilidade social empresarial passa a surgir não mais de uma questão de caridade, como alguns sugerem, mas de uma questão ética e de conscientização social.

Nem sempre a responsabilidade social foi bem vista. Ela vem sendo aceita de acordo com as modificações de valores empresariais no decorrer dos tempos. Para demonstrar um pensamento oposto ao que se vê na sociedade moderna, Vieira (apud Friedman (*apud* TOMEI, p.191, *apud* VIEIRA, 2007, p. 28) afirma que “responsabilidade social é um comportamento antimaximização de lucros, assumido para beneficiar outros que não são acionistas da empresa”.

Vieira demonstra na citação acima, o conservadorismo, onde a empresa deve focar apenas no lucro. Esta visão vem em desencontro com os valores atuais, afinal, atualmente vem surgindo uma maior consciência e exigência em relação às empresas e a sua postura diante da sociedade.

Neste contexto, para que as empresas que mantêm políticas voltadas para a responsabilidade social possam divulgar suas ações, surgiu o balanço social, que se apresenta como uma demonstração contábil que contém informação de natureza social.

## 2.5 BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social trata de um conjunto de informações mistas, ligadas à realidade econômica, contábil e social de uma entidade.

De acordo com Alves (2006, p. 6):

Diversas são as definições para balanço social, porém, todas convergem para o mesmo ponto de que ele é um conjunto de informações e de indicadores econômicos, sociais e ambientais, que evidenciam as ações junto as três grandes realidades das entidades: a humana, a econômica e a social.

O Balanço Social é um instrumento que reúne informações e indicadores de investimentos sobre ações realizadas por determinada empresa em prol da sociedade. Seu surgimento ocorreu devido à necessidade de passar estas informações aos empregados e à sociedade geral.

Sabe-se que primordialmente a contabilidade surgiu para satisfazer as necessidades de controle patrimonial do proprietário, posteriormente para uso dos credores, governo e investidores. Porém movimentos sociais ocorridos em países da Europa, principalmente na Alemanha, França e Inglaterra, na década de 60 do século passado, fizeram surgir à exigência de uma maior transparência por parte das empresas. Uma maior interação com a sociedade.

Tinoco (2008) afirma que foi na guerra do Vietnã onde os Estados Unidos da América se envolveram no século passado, nas décadas de 60 e 70, que houve um aumento da insatisfação popular, fazendo com que a sociedade se manifestasse.

A utilização de armamentos sofisticados, porém mortíferos, pelos norte-americanos, tais como bombas de fragmentação, gases paralisantes, *napalm* etc., produzidos pelas empresas norte-americanas, que prejudicavam o homem e o meio ambiente, bem como a persistência na discriminação de raça ou de sexo no emprego, fazem com que numerosas organizações tomem posição por uma nova moral empresarial. TINOCO (2008, p. 90)

Partindo da pressão gerada em torno de tal exigência, o Congresso Francês aprovou a Lei nº 77.769, de 12 de julho de 1977, onde tratava como obrigatória a preparação e divulgação de um documento intitulado Balanço Social, para toda empresa que dispusesse de 300 empregados. Esse documento envolveria informações a respeito de emprego, remunerações e encargos, condições de higiene e segurança, outras condições de trabalho, formação profissional, relações profissionais e outras condições de vida dos assalariados e seus dependentes. Enfim, inicialmente sua principal função era a transparência da relação de tratamento para com seus funcionários, uma visão restrita aos recursos humanos.

De acordo com Tinoco (2008, p. 90), “a lei, todavia, por seu ineditismo para a época, não contemplou uma série de informações de caráter econômico e ambiental, que os trabalhadores e outros analistas gostariam de ver publicadas, nas peças contábeis”.

Para Tinoco (2000 p. 14, *apud* SILVA 2007, p.58), hoje:

Balanço Social é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, de forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desemprego das entidades, aos mais diferenciados usuários, entre estes os funcionários. Isso implica responsabilidade e dever de comunicar com exatidão e diligência os dados de sua atividade, de modo que a comunidade e os distintos núcleos que se relacionem com a entidade possam avaliá-la compreendê-la, e se entenderem oportuno, criticá-la.

A função do Balanço Social, pois, não é mais apenas abordar sua responsabilidade para com seus funcionários, mas também refletir a responsabilidade social empresarial para com a sociedade, contendo informações sobre o valor adicionado à sociedade e economia, a

gestão de recursos humanos, a interação com o meio ambiente e a interação com a sociedade, demonstrando os benefícios e impactos causados a esta.

O Balanço Social possui origem da contabilidade, porém sua função não é meramente contábil. Sua maior função é demonstrar o comprometimento da empresa para com a sociedade, buscando transparência na efetuação de sua responsabilidade social.

O Balanço Social de acordo com Rumo Zarpelon (2006, *apud* RUMO SUSTENTÁVEL, 2008),

[...] tem como foco demonstrar publicamente que a intenção da organização não é somente a geração de lucros com um fim em si mesmo, mas o desempenho social. Este é obtido através do compromisso e da responsabilidade para com a sociedade, por meio da prestação de contas do seu desempenho sobre o uso e a apropriação de recursos que originalmente não lhe pertenciam.

Essa colocação mostra que o Balanço Social serve para demonstrar a sua posição em relação à responsabilidade social empresarial perante a sociedade e os recursos pertencentes a ela como um todo, prestando contas de sua utilização. Deve ser de interesse da empresa o repasse dessas informações, assim como também deve ser de interesse da sociedade recebê-las.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa utilizada no presente artigo corresponde a uma pesquisa exploratória, que de acordo com Gil (2010, p.27) “têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”. Através desta pesquisa o problema se tornará claro e preciso, dando espaço para a construção de hipóteses.

A pesquisa enquadra-se também como descritiva, onde de acordo com Silva (2008, p. 58) “os dados coletados nesse tipo de pesquisa possuem técnicas padronizadas, como o questionário e a observação sistemática”. Através do questionário padronizado, será possível analisar dados pré-estabelecidos, chegando à conclusão de hipóteses anteriormente formuladas.

Quanto à natureza dos dados, a pesquisa utiliza-se do método de análise quantitativa, que segundo Silva (2008, p. 28) “o termo quantitativo significa quantificar opiniões, dados, na forma de coleta de informações”. Os dados obtidos na pesquisa são resultados da opinião da amostra, através do questionário padronizado.

A pesquisa utiliza-se de estudo de caso, onde segundo Silva (2008, p. 57) “é um estudo que analisa um ou poucos fatos com profundidade”. O estudo de caso foca em uma amostra com um ou poucos elementos, de modo a ser considerada uma investigação particularista.

O universo escolhido para a extração da amostra utilizada na pesquisa foi as empresas com sede na cidade de Esperança - PB. Quatro empresas, cujas raízes são esperancenses se destacam pelo seu grande porte. Dentre as empresas com sede na cidade, estas quatro representam a maior fatia do mercado comercial e do mercado de trabalho. Estas foram as características para seleção das respondentes: o grande porte e a representatividade no mercado comercial e de trabalho. As quatro empresas participaram da pesquisa. O fato de terem raízes esperancenses atribui a elas certo apego a cidade, trazendo uma maior preocupação com o crescimento desta, uma vez que suas matrizes se encontram neste ambiente. Por elas serem maiores e, portanto mais visadas, deve haver uma maior preocupação com sua imagem perante o mercado.

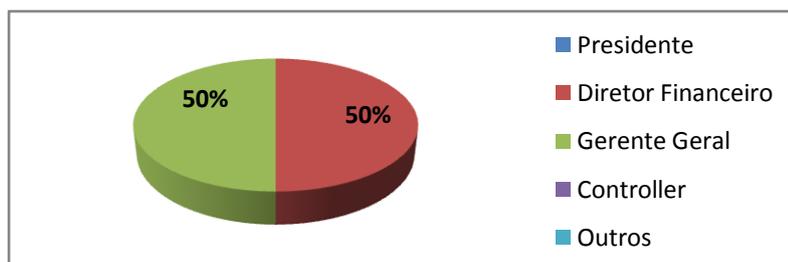
## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

### 4.1 PERFIL DO RESPONDENTE

As opções de respondentes para o questionário foram baseadas no preceito de que estes deveriam conhecer a visão, missão, sistema de critérios para compra e venda de mercadorias na empresa. As questões levantadas abordaram o cargo, tempo de experiência e grau de escolaridade.

Quanto ao cargo do respondente, observa-se no gráfico 01 que a metade ocupa o cargo de diretor financeiro e a outra gerente geral, o que entende-se serem pessoas mais aptas a responder ao questionário.

**Gráfico 01: Cargo do Respondente**

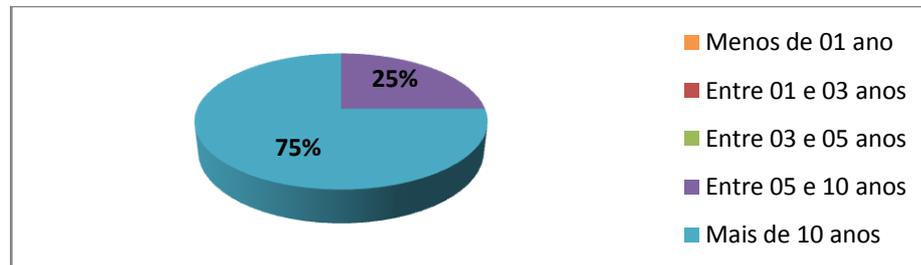


Fonte: Elaboração do autor, 2012.

Através do gráfico 02 pode-se considerar que, em geral, os respondentes possuem um

bom tempo de experiência no mercado, o que pode significar que estão mais cientes da responsabilidade social das empresas.

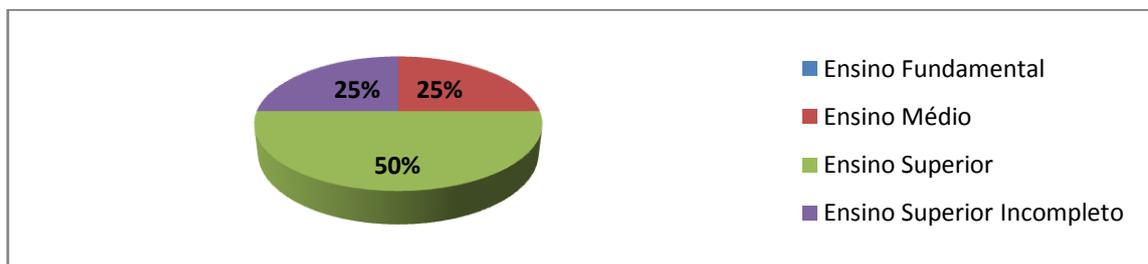
**Gráfico 02: Tempo de Experiência do Respondente**



Fonte: Elaboração do autor, 2012.

Observando o gráfico 03, percebe-se que a maioria dos respondentes possui ensino superior completo ou estão cursando-o, representando a valorização da educação e preparação intelectual para ocupação de cargos de gerenciamento dentro das empresas esperancenses em questão. Podendo ser considerada um dos itens de responsabilidade social efetuada por estas empresas, ao dar oportunidade para pessoas graduadas, evitando a ocupação de cargos por simples confiança. Essa atitude serve como incentivo para o crescimento intelectual do município.

**Gráfico 03: Grau de Escolaridade do Respondente**



Fonte: Elaboração do autor, 2012.

Está representado na tabela 01 o curso de graduação dos respondentes que cursaram ou estão cursando o ensino superior, reforçando a preparação intelectual para ocupação dos respectivos cargos e a possível ciência da importância da responsabilidade social empresarial

**Tabela 01: Curso de Graduação do Respondente**

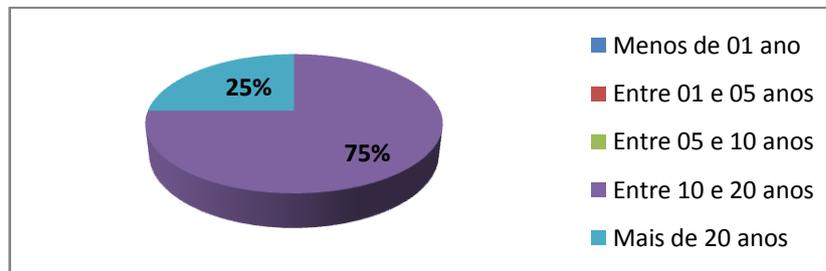
| EMPRESA     | GRADUAÇÃO DO RESPONDENTE |
|-------------|--------------------------|
| Empresa I   | Administração            |
| Empresa II  | Administração            |
| Empresa III | Administração            |
| Empresa IV  | -                        |

Fonte: Elaboração do autor, 2012.

#### 4.3 DADOS DA EMPRESA

Através do gráfico 04, percebe-se que as empresas respondentes já possuem tempo de “vida” suficiente para criar uma estabilidade, aumentando assim seu potencial para contribuir com a cidade de Esperança, através de atitudes socialmente responsáveis.

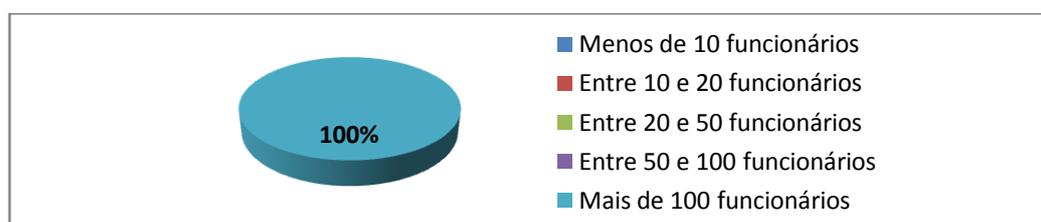
**Gráfico 04: Tempo de Existência da Empresa**



Fonte: Elaboração do autor, 2012.

O gráfico 05 representa a quantidade de funcionários contratados pelas empresas. A quantidade de funcionários serve para se ter noção do porte da empresa, assim como sua participação na geração de empregos, uma das atitudes de responsabilidade social primordiais para o crescimento de uma sociedade.

**Gráfico 05: Quantidade de funcionários**



Fonte: Elaboração do autor, 2012.

Na tabela 02 observa-se o ramo de atuação de cada empresa respondente. O ramo de atuação é um item com foco em um conhecimento prévio do estilo de empresa participante da pesquisa.

**Tabela 02: Ramo de Atividade de Atuação das Empresas Respondentes**

| <b>EMPRESA</b> | <b>ATIVIDADE DE ATUAÇÃO</b>   |
|----------------|---|
| Empresa I      | Distribuição de Materiais de Construção                                     |
| Empresa II     | Distribuição de Materiais de Construção                                     |
| Empresa III    | Distribuição de Produtos Alimentícios, de Limpeza, Perfumaria entre outros. |
| Empresa IV     | Comércio de Móveis e Eletrodomésticos                                       |

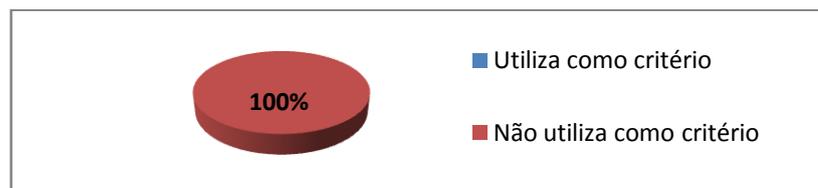
Fonte: Elaboração do autor, 2012.

#### 4.4 VISÃO DA EMPRESA ENQUANTO CLIENTE SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Nesta parte do questionário, a empresa respondente é colocada na função de cliente. O objetivo é verificar se ela demonstra algum interesse pelas questões abordadas em um Balanço Social, e embora ainda não utilize esses dados como exigência na hora de escolher seu fornecedor, se haveria a possibilidade de enquadrar o Balanço Social em sua base de informações para a tomada de decisões, caso dispusesse de acesso ao mesmo.

Está representada no gráfico 06 a utilização atual de informações a respeito de ações sociais, como critério para efetuação de compras, percebendo-se através deste que o critério da análise de aplicação de recursos no meio social, ainda não representa uma realidade nas empresas esperancenses em questão.

**Gráfico 06: Ações sociais como critério para efetuação de compras**

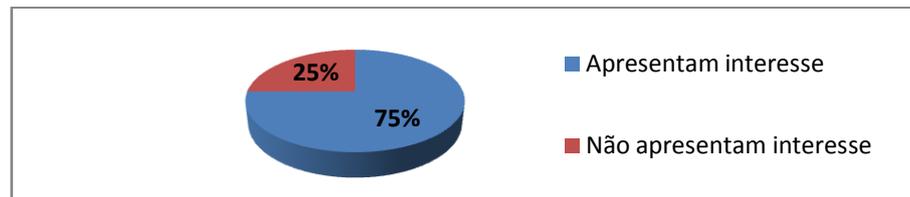


Fonte: Elaboração do autor, 2012.

O segundo ponto, representado no gráfico 07, mostra o interesse das empresas em

enquadrar como um de seus critérios para a escolha de seus fornecedores, a análise das aplicações de recursos no meio social, caso as empresas tivessem acesso a uma demonstração que contivesse essas informações. Através do resultado encontrado, onde a maioria das empresas apresentou interesse, traz a ideia de que a não utilização dos dados sociais como critério para a escolha de seus fornecedores, se dá pelo não acesso a essas informações.

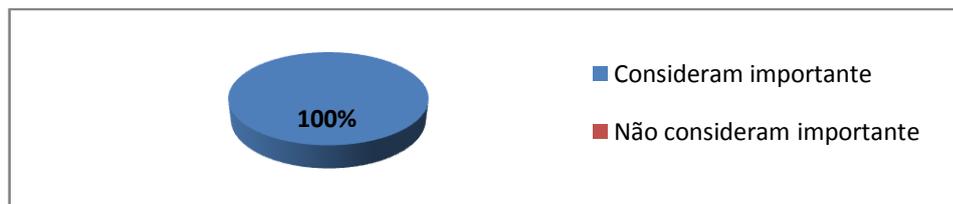
**Gráfico 07: Interesse das empresas no Balanço Social como critério de compra**



Fonte: Elaboração do autor, 2012.

Através do gráfico 08 é reforçada a ideia da importância dada às questões sociais, ao questionar as empresas se princípios e valores éticos são tão importantes para uma pessoa jurídica, assim como são para uma pessoa física. Todas as empresas respondentes consideram importante, o que é essencial para um perfil socialmente responsável.

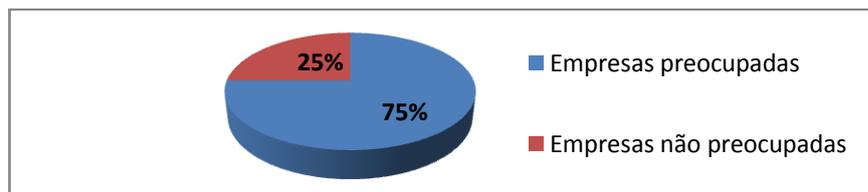
**Gráfico 08: A importância dos princípios e valores éticos para pessoas jurídicas**



Fonte: Elaboração do autor, 2012.

O gráfico 09 representa a preocupação das empresas respondentes em saber onde e em que o dinheiro repassado aos fornecedores, através da aquisição de mercadorias ou serviços, está sendo utilizado, evitando assim, colaborar com empresas de atitudes “tortas”, dado como exemplo as que costumam “escravizar” seus funcionários, visando apenas o lucro desenfreado.

**Gráfico 09: Preocupação das empresas com o destino do capital repassado aos fornecedores**



Fonte: Elaboração do autor, 2012.

As empresas demonstraram possuir um perfil politicamente correto. Quase todas se mostraram preocupadas em colaborar com a realização de atitudes politicamente corretas. Mas a preocupação não representa valor algum quando não se há ação. A tabela 03 aborda a forma como as empresas averiguam o procedimento de seus fornecedores, e apenas duas das empresas citaram métodos para averiguação dos fornecedores.

**Tabela 03: Forma de averiguação ao procedimento dos fornecedores**

| <b>EMPRESA</b> | <b>PROCEDIMENTO DE AVERIGUAÇÃO ADOTADO</b>                               |
|----------------|--|
| Empresa I      | Buscar informações sobre o fornecedor com empresas de mesmo setor.       |
| Empresa II     | Informação através da diretoria das fábricas; buscar líderes no mercado. |
| Empresa III    | -  |
| Empresa IV     | -  |

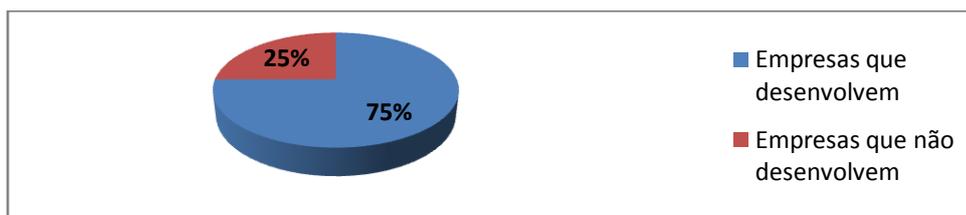
Fonte: Elaboração do autor, 2012.

#### 4.5 VISÃO DA EMPRESA ENQUANTO FORNECEDOR SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Nessa parte do questionário, as empresas passam a ter a função de fornecedora, e se tornam as responsáveis por passar as informações sobre as aplicações sociais efetuadas para seus clientes.

As questões retratam se as empresas mantêm o perfil de politicamente correta, quando a responsável por realizar ações sociais são elas próprias. Será mostrado também nesse tópico, se as empresas estariam preparadas para fornecer informações sociais aos seus clientes. Também se os respondentes já ouviram falar sobre Balanço Social e se pretendem aplicá-lo em um futuro próximo apesar de não ser uma demonstração contábil obrigatória.

Logo abaixo, o gráfico 10 demonstra qual o percentual das empresas entrevistadas procuram desenvolver ações consideradas socialmente responsáveis.

**Gráfico 10: Desenvolvimento de ações socialmente responsáveis**

Fonte: Elaboração do autor, 2012.

Uma única empresa não desenvolve nenhuma ação socialmente responsável. Na tabela 04 encontram-se especificadas as ações socialmente responsáveis ditas realizadas pelas empresas respondentes.

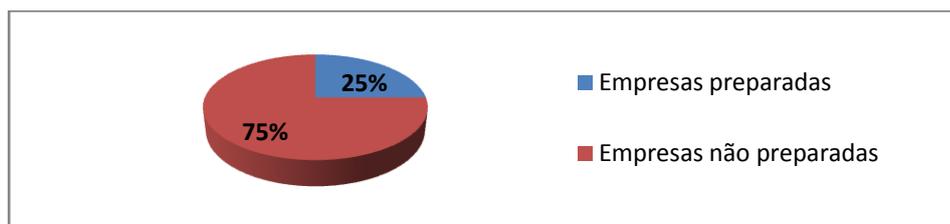
**Tabela 04: Ações sociais realizadas pelas empresas respondentes**

| <b>EMPRESA</b> | <b>AÇÕES SOCIAIS REALIZADAS</b>   |
|----------------|---|
| Empresa I      | Conscientização dos funcionários através de palestras   |
| Empresa II     | Contratar funcionários com nível educacional médio ou superior; não contratar menores de idade; oferecer ao funcionário um horário que o possibilite conciliar com o horário de estudo. |
| Empresa III    | Nos aspectos ecológicos e na reeducação de pessoas drogadas.  |
| Empresa IV     | -   |

Fonte: Elaboração do autor, 2012.

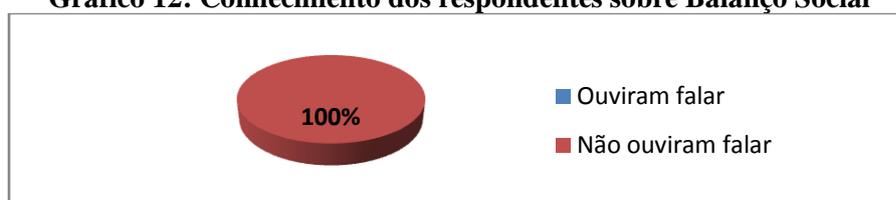
Analisando as ações na tabela, percebe-se que a visão de responsabilidade da maioria das empresas está muito restrita apenas a ações voltadas para seus funcionários. Há todo um mundo fora da empresa que pode ser beneficiado com ações, projetos voltados para educação e cultura, seja através de palestras ou minicursos, ações que estão dentro do poder da empresa, só basta existir o interesse de contribuir. Não é necessário montar um projeto se não quiser, pode-se contribuir em projetos já existentes. Ações voltadas para sustentabilidade seja no simples ato da diminuição no consumo de copos descartáveis, aproveitamento de materiais recicláveis. Ser politicamente correto não significa ser bom para os funcionários, mas encontrar meios de transformar os funcionários em pessoas também conscientes.

No gráfico 11 observa-se a preparação das empresas para atender a clientes mais exigentes, que buscam conhecer o perfil do seu trabalho, para adquirir seus produtos. Apenas uma empresa se diz preparada. No geral, no momento atual, a maioria das principais empresas esperancenses não se encontram preparadas para atender aos clientes que exijam informações sobre o desenvolvimento de atitudes socialmente responsáveis.

**Gráfico 11: Preparação das empresas para atender aos clientes sobre informações sociais**

Fonte: Elaboração do autor, 2012.

No gráfico 12 observa-se qual a porcentagem das empresas que já ouviram falar sobre Balanço Social.

**Gráfico 12: Conhecimento dos respondentes sobre Balanço Social**

Fonte: Elaboração do autor, 2012.

Como demonstrado no gráfico 12, todas as empresas respondentes não possuem conhecimento a respeito da existência do Balanço Social, o que impede sua elaboração por parte destas, e impede também de torná-lo critério para efetuação de compras, uma vez que sem conhecimento não irão exigir a demonstração de seus fornecedores.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do estudo de multicasos realizado neste artigo, percebe-se que há interesse por parte das empresas esperancenses participantes da pesquisa nas informações contidas em um Balanço Social. Consideram importante que seus fornecedores possuam um perfil politicamente correto, assim como consideram importante ter esse perfil, realizando ações de responsabilidade social, ainda que na maioria dos casos restritas aos seus funcionários. Porém a falta de informação a respeito do Balanço Social, uma demonstração contábil cuja finalidade é exatamente demonstrar a aplicação de recursos nas mais diversas formas de ações sociais, faz com que estas não estejam ainda preparadas para atender aos seus clientes que exigirem delas uma posição sobre as questões sociais praticadas por estas, assim como não podem enquadrar em seus critérios para a aquisição de mercadorias algo que não conhecem. Mas o interesse existe, o que as tornariam, quando conhecedores do Balanço Social, usuários deste.

## ABSTRACT

FERNANDES, Aline Araujo. **Social Balance: An analysis of social responsibility in companies esperancenses.** 2012. 20 pages. Completion of course work - Accounting Course, State University of Paraiba, Campina Grande, 2012.

Currently the corporate social responsibility has been greatly discussed and has gained more and more visibility. Companies by a moral and ethical issue, or even to image preservation, seek to act with a vision beyond the own profit. Issues such as employment and income generation, the development of the locality where they are inserted, social actions, among other socially responsible attitudes is being performed by these companies. The accounting who the main means of information about the capabilities and applications of organizations that has adapted to this new vision by creating a tool called social balance. Suppliers, customers, employees, investors, among others, were classified as users of this demonstration. In this context, this article has like objective to meet the vision of the largest companies of the city of Esperança-PB on corporate social responsibility, while customers and suppliers, and if they utilize accounting information in this process. To achieve the proposed objective, we used the exploratory research and descriptive, with the use of “multicasos” studies with the largest companies in the city of Esperança-PB. The results of the research showed that the local companies have shown interest in the information contained in a social balance sheet and could be considered users of social balance, when knowledgeable of this.

Keywords: Social balance sheet. Social Responsibility. Social Accounting.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Lázaro Quintino. **Balanco Social: Responsabilidade Social Empresarial.** Disponível em: <<http://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/v3n1/v3n1a3.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2012, 12:58:02.

ÁVILA, Carlos Alberto de. **Gestão contábil para contadores e não contadores.** 20.ed. Curitiba: Ipbex, 2006.

CRUZ, Lucia Maria Marcellino de Santa. **Responsabilidade social: Visão e intermediação da mídia na redefinição do público e do privado.** 2006. 243 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/santa-cruz-lucia-responsabilidade-social.pdf>>. Acesso em 01 out. 2012, 12:26:42

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

INSTITUTO ETHOS. **O que é RSE.** Disponível em: <[http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o\\_que\\_e\\_rse/o\\_que\\_e\\_rse.aspx](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx) />. Acesso em: 10 set. 2012, 13:03:30.

PAIVA, Paulo Roberto de. **Contabilidade Ambiental: evidencição dos gastos ambientais**

com transparência e focada na prevenção. 1.ed – 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.

RUMO SUSTENTÁVEL. **O que é Balanço Social e quais os benefícios de sua utilização pelas organizações.** Mar. 2008. Disponível em: <<http://www.rumosustentavel.com.br/o-que-e-o-balanco-social-e-quais-os-beneficios-de-sua-utilizacao-pelas-organizacoes/>>. Acesso em: 16 set. 2012, 14:59:20.

SANTOS, Ariovaldo dos. **Demonstrações do valor adicionado:** como elaborar e analisar a DVA. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SILVA, Alexandre Acantara da. **Estrutura, análise e interpretação das demonstrações contábeis.** 1.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade:** orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses. 2.ed – 2.reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio; KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade e gestão ambiental.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **A iniciativa privada no contexto social: Exercício de Cidadania e Responsabilidade Social.** **RP em Revista**, Salvador, v. 5, n. 22, maio. 2007. Disponível em: <[http://www.rp-bahia.com.br/revista/a\\_iniciativa\\_privada\\_no\\_contexto\\_social3.pdf](http://www.rp-bahia.com.br/revista/a_iniciativa_privada_no_contexto_social3.pdf)>. Acesso em: 01 out. 2012, 12:43:25