

APLICABILIDADE DO BALANÇO SOCIAL: UM ESTUDO MULTI-CASOS NAS EMPRESAS DA CIDADE DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE

João Maria Xavier da Silva¹

RESUMO: *O trabalho apresentado tem como principal objetivo identificar a utilidade do balanço social nas empresas de pequeno porte na Cidade de São Gonçalo do Amarante. O balanço social é um demonstrativo financeiro, que também tem sua importância para o crescimento e desenvolvimento de uma empresa no âmbito externo e interno. O universo da pesquisa será constituído em empresas do setor de comércio na Cidade de São Gonçalo do Amarante, onde constam 41 (quarenta e uma) empresas de pequeno porte, com base nas informações cedidas pela Secretaria Municipal de Tributação, através de uma relação das Indústrias e Comércios cadastrados em São Gonçalo do Amarante. Para alcançar os objetivos mencionados neste estudo multi-casos, foram aplicados em 9 (nove) empresas de pequeno porte da Cidade de São Gonçalo do Amarante, um questionário de perguntas abertas com base em teoria sobre o assunto. Portanto, trata-se de uma pesquisa qualitativa e exploratória. A análise dos dados ocorreu de forma descritiva, com interpretação de tabelas e gráficos. Durante as análises constatou-se que os gestores das empresas de pequeno porte têm conhecimento sobre a importância do balanço social, do benefício e do crescimento que esse demonstrativo proporciona tanto a empresa quanto a sociedade e a região onde fica localizada, porém não existe interesse em divulgar o trabalho desenvolvido como responsabilidade social.*

PALAVRAS-CHAVE: Balanço Social, Demonstrativo Financeiro e Responsabilidade Social.

ABSTRACT: *The work presented has as main objective to identify the usefulness of the social balance in small businesses in the city of São Gonçalo do Amarante. The social report is a financial statement, which also has its importance for growth and development of a company under external and internal. The research will consist of companies in the trade in the city of Sao Goncalo do Amarante, which contains 41 (forty-one) small businesses, based on information provided by the Municipal Taxation, by way of Industries Shops and registered in Sao Goncalo do Amarante. To achieve the objectives listed in this multi-case study was applied to 9 (nine) small businesses in the city of Sao Goncalo do Amarante, a questionnaire of open questions based on theory about it. Therefore, it is a qualitative exploratory study. Data analysis occurred in a descriptive way, with interpretation of tables and graphs. In the analysis it was found that managers of small businesses are aware of the importance of the social benefit and growth that this statement provides both the company and society and the region where it is located, but there is interest in disclosing the work as social responsibility.*

KEYWORDS: Social, Financial Statements and Social Responsibility.

¹ Graduado em Ciências Contábeis
Especialista em Docência no Ensino Superior

1 INTRODUÇÃO

As Demonstrações Contábeis consistem em um conjunto de demonstrativos, previstos na Lei n.º 6.404/76 (BRASIL, 2008), geralmente elaborados ao final de cada exercício. São obrigatórios os seguintes demonstrativos: O Balanço Patrimonial (BP), a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) e a Demonstração dos Lucros ou Prejuízos Acumulados (DLPA), a qual será dispensada na apresentação da Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido (DMPL) que por determinação da Comissão de Valores Mobiliários, instrução n.º 59/86 (CVM, 2008), tornou obrigatória para todas as companhias abertas.

Diante de todos os resultados obtidos pelas demonstrações e pela concorrência em um mercado cada vez mais competitivo e informatizado, a globalização fez com que as empresas buscassem ainda mais conhecimentos, não apenas para obter sucesso e melhoria de seus produtos, mas também para imagem da empresa perante a população e os seus consumidores.

Atualmente, as empresas possuem uma vantagem diante da elaboração e divulgação anual de relatórios publicados reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações em todos os aspectos: econômicos, sociais, de indicadores dos investimentos e das ações de caráter qualitativas, formando uma demonstração complementar denominada Balanço Social (BS).

Essas informações são extraídas dos registros contábeis, feitas pelas empresas no cumprimento de sua função social para uma melhor qualidade de vida, evidenciando pontos relevantes que contribuem com as comunidades interna e externa nas quais estão inseridas junto aos seus colaboradores, ao governo e às comunidades com que interagem direta e indiretamente.

O Balanço Social também confere maior transparência e visibilidade nas informações que interessam não apenas aos sócios, mas também aos empregados, colaboradores, investidores, parceiros e consumidores. Esse demonstrativo visa dar conhecimento daquelas ações empresariais que têm impactos não apenas no desempenho financeiro, mas também na relação capital-trabalho e na geração ou não de riqueza e bem-estar para a sociedade, podendo contribuir para reforçar a imagem institucional de corporações ou das marcas e produtos a elas associados, na medida em que se apresente não apenas como mais um atributo de marketing, mas como um demonstrativo da efetiva responsabilidade social assumida e

praticada pela empresa e, como tal, entendida e reconhecida pela sociedade. (COSTA; VISCONTI; AZEVEDO, 2000).

Torna-se um relevante instrumento de gestão nas organizações, pois mostra a atuação da empresa em benefício da sociedade, buscando preservar o meio ambiente e colocar a comunidade ciente da política social da entidade, pela divulgação das mais variadas informações, entre elas: geração de novos postos de trabalho; atividades realizadas no desenvolvimento profissional e bem-estar dos seus empregados, por meio de investimentos em: treinamento; segurança e medicina do trabalho; alimentação e transporte de empregados; assistência social a empregados e seus dependentes; demonstração da distribuição da riqueza gerada pela empresa e política de proteção ao meio ambiente.

O objetivo desse trabalho é analisar a aplicabilidade do modelo de balanço social para as micros e pequenas empresas, verificando se esse demonstrativo é elaborado em micros e pequenas empresas da Cidade de São Gonçalo do Amarante/RN. Dessa forma, surge a seguinte questão de pesquisa: **Como analisar o modelo do Balanço Social elaborado pelas micros e pequenas empresas na Cidade de São Gonçalo do Amarante?**

Diante do contexto apresentado, espera-se que esta pesquisa venha oferecer aos empresários e dirigentes das micros e pequenas empresas da cidade de São Gonçalo do Amarante/RN, um conhecimento da divulgação do balanço social, que reúne um conjunto de informações sobre as atividades de caráter social no que se refere à aplicação de benefícios fiscais, contribuindo para a ampliação da consciência coletiva sobre a sua responsabilidade na melhoria da qualidade de vida de seus colaboradores, sociedade em geral e na preservação do meio ambiente.

Essas informações que as empresas demonstram com o objetivo de gerar bem-estar junto à sociedade como um todo não são obrigatórias, mesmo sabendo as suas vantagens e benefícios, como também a sua importância na tomada de decisão para uma melhor sobrevivência num mercado altamente competitivo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A responsabilidade social teve seu início e desenvolvimento nos Estados Unidos da América (EUA), tendo como principal objetivo a conscientização das empresas em relação ao bem-estar da sociedade em geral, como também da empresa no sentido interno (funcionário e seus dependentes, fornecedores, consumidores, entre outros). A responsabilidade social das empresas existe desde meados do século XVI, relacionada profundamente com o poder das empresas nos EUA. Nesse período, as dívidas adquiridas por um indivíduo durante sua vida como dono de um negócio, eram herdadas por seus dependentes, sendo os mesmos por ocasião de falecimento, obrigados legalmente a assumir o ônus de atos individuais de seus membros (KORTEN, 1996 apud REIS; MEDEIROS, 2007).

Já no século XVIII, as autoridades governamentais definiram que as dívidas referentes aos negócios seriam responsabilidades dos investidores, e estes passaram a ter deveres específicos. A constituição de empresas acontecia somente através de autorizações concedidas pelo poder público e poderiam ser retiradas, se houvesse entendimento de que deixavam de servir ao interesse público. Por sua vez, os alvarás eram concedidos pelo governo às empresas que prometessem benefícios sociais, através das prestações de serviços nas áreas de construção, transporte e infra-estrutura (REIS; MEDEIROS, 2007).

Pode-se dizer que a partir do século XVIII, os membros dos empresários não tinham obrigação de assumir as responsabilidades diante da ausência dos mesmos; sendo a constituição de empresas de interesse do governo, uma vez que seriam obrigadas a servir ao poder público e ter comprometimento com os benefícios sociais para que pudessem receber os alvarás.

No início do século XX, já ocorriam manifestações a favor de uma maior responsabilidade social nas empresas. Entretanto foi somente nos anos 60, nos EUA e nos anos 70, na Europa, particularmente na França, Alemanha e Inglaterra, que a sociedade iniciou uma cobrança deste tipo de comportamento por parte do empresariado e se consolidou a própria necessidade de divulgação do Balanço ou Relatório Social.

A companhia alemã Steag foi a primeira empresa, em 1971, a produzir uma espécie de relatório sobre suas atividades sociais; sendo regulamentado através da Lei nº 77.769/77, a qual tornava obrigatório fazer os balanços sociais periódicos para

todas as empresas com mais de 700 funcionários – número que posteriormente baixou para 300.

2.1 BALANÇO SOCIAL

O balanço social é discutido pela imprensa, empresas, universidades e organizações do terceiro setor. Atualmente, a publicação do Balanço Social é obrigatória por Lei na França, país que marcou a história do Balanço Social, e em países como Estados Unidos da América, Bélgica e Alemanha, ela ocorre por exigência da própria sociedade que passou a cobrar uma nova postura ética e diversas empresas passaram através do Balanço Social a prestar contas de suas ações e objetivos sociais, onde mostram o que fazem por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos (REIS; MEDEIROS, 2007).

É uma ferramenta que, quando construída por múltiplos profissionais, tem a capacidade de tornar explícito e medir a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta, tendo como função principal deixar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente. Embora tenha sua origem na contabilidade, não deve ser visto como um demonstrativo meramente contábil, mas como uma forma de explicar a preocupação das empresas com o cumprimento de sua responsabilidade social, constituindo assim um distintivo de qualidade para aqueles que o adotarem.

Silva e Freire (2001, p.125) definem que:

Balanço Social é um documento publicado anualmente, reunindo um conjunto de informações sobre atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas a seus empregados e à comunidade na qual está inserida.

Originada na contabilidade é um importante demonstrativo da empresa para a sociedade, transparecendo assim a participação para melhoria da qualidade de vida em benefício do sociedade em geral.

Tinoco (2006, p.14) diz que:

Balanço Social é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações

econômicas e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários, entre estes os funcionários.

Baseado na informação acima, o balanço social é uma demonstração contábil complementar que reúne um conjunto de informações econômicas e sociais, tendo como objetivo a divulgação de informações sobre o desempenho econômico e financeiro das empresas e sua atuação em benefício da sociedade. Esse demonstrativo visa dar conhecimento daquelas ações empresariais que têm impactos não apenas no desempenho financeiro, mas também na relação capital-trabalho e na geração de riqueza e bem-estar para a sociedade.

O relacionamento com o público externo e a transparência das suas atividades são fatores de sobrevivência da entidade. Entre os principais pontos de relacionamento são apontados: os acionistas, os funcionários, os fornecedores, as instituições financeiras, os consumidores, o governo e o meio ambiente.

Levando em consideração que as empresas que tem a iniciativa de investir na responsabilidade social, com o intuito em melhoria de vida da sociedade na qual está inserida estão rapidamente descobrindo o sucesso do negócio; as empresas engajadas em causas sociais estão levando vantagem na disputa de clientes, na contratação de talentos e até na relação com fornecedores. Diante de um mercado em crescente competitividade, uma atitude socialmente responsável está convertendo-se em um diferencial muito importante, não somente para a empresa, mas também para a comunidade, trabalhadores, fornecedores, clientes, governo ou com o meio ambiente.

Lisboa Neto (2003, p. 50) ressalta que, o Balanço Social, como instrumento de divulgação deste tipo de informação, pode contribuir para reforçar a imagem institucional de corporações ou das marcas de produtos a elas associados, na medida em que se apresente não apenas como mais um atributo de marketing, mas como um demonstrativo da efetiva responsabilidade social assumida e praticada pela empresa e, como tal, entendida e reconhecida pela sociedade.

Entende-se que as empresas que divulgam o balanço social tornam-se reconhecida pela sociedade em relação à responsabilidade e respeito com a sociedade ao todo e o meio ambiente, desenvolvendo ainda mais a imagem da empresa em seu crescimento interno e externo.

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) é uma Autarquia Federal subordinada ao Ministério da Fazenda que também discute sobre balanço social. Esse órgão foi criado através da Lei n. 6.385/76. Desta forma, a CVM apóia e incentiva a divulgação do Balanço Social, por ser uma demonstração das atividades realizadas pela empresa em relação aos empregados e a sociedade em geral, com ênfase no social, dando visibilidade as informações que interessam não apenas aos fornecedores, sócios, acionistas, consumidores e parceiros.

Por não ser um demonstrativo contábil obrigatório, há vários modelos de balanço social existentes no Brasil, portanto cada empresa tem uma forma de demonstrar sua responsabilidade social, uma vez que a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) é o único demonstrativo obrigatório no Brasil, o qual foi instituído pelo Decreto n. 76.900/75 (BRASIL, 2008).

No Brasil, a idéia do Balanço Social começou a ser discutida na década de 70. No entanto, apenas nos anos 80 surgiram os primeiros balanços sociais de empresas, quando a Nitrofértil, empresa estatal situada na Bahia, em 1984 fez o primeiro balanço social, sendo no mesmo período realizado no Sistema Telebrás esse demonstrativo, publicado em meios da década de 80. O do Banespa, realizado em 1992, completa a lista das empresas percussoras deste tipo de relatório no Brasil, mas é a partir da década de 90 que poucas empresas brasileiras passaram a levar a sério esta questão e a divulgar sistematicamente em Balanço ou Relatório Social as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários.

A proposta, no entanto, só ganhou visibilidade nacional quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou, em junho de 1997, uma campanha pela divulgação voluntária do balanço social. Com o apoio e a participação de lideranças empresariais dispostos a fazer doações e apoiar campanhas como a luta contra a Aids, além de ações em favor de crianças e adolescentes – criação da Associação Brasileira Interdisciplinar contra a Aids (Abia). Assim, a campanha decolou e depois de recolocado na agenda nacional no mesmo ano em um amplo seminário realizado no Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) do Rio de Janeiro, o tema da responsabilidade social ganhou novos horizontes e patamares.

Com a ampla repercussão nacional sobre Balanço Social, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), juntamente com Betinho lançou em 16 de junho de 1997, uma campanha pela divulgação anual do Balanço Social das

Empresas, sendo este o primeiro passo a tornar uma empresa verdadeiramente Empresa Cidadã e que vem suscitando uma série de debates através da mídia, seminários e fóruns. Também neste mesmo ano a deputada federal pelo Partido dos Trabalhadores (PT) do estado de São Paulo, Marta Suplicy, apresentou em maio na Câmara dos Deputados em Brasília, o Projeto de Lei n. 3.116/97, que versava sobre Balanço Social e responsabilidade social das empresas brasileiras, que tinha como objetivo tornar obrigatório, para todas as empresas com mais de 100 funcionários, a divulgação anual de um Balanço Social.

Para estimular a participação das companhias na divulgação do Balanço Social, o IBASE tendo o apoio e parceria com a Gazeta Mercantil, o mais importante jornal especializado em economia e negócios do Brasil, lança em novembro de 1997 o Selo do Balanço Social. O Selo, num primeiro momento, seria oferecido às empresas que divulgassem o Balanço Social no modelo proposto pelo IBASE.

Decidiu-se que não seria fornecido o selo para empresas de armas, bebidas alcoólicas e cigarro. Também se reserva o direito de não conceder, suspender ou retirar o selo de qualquer empresa envolvida, denunciada ou processada por corrupção, violação de direitos humanos, sociais e ambientais que estejam relacionados com as declarações e convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), da Organização das Nações Unidas (ONU), das Diretrizes da Organização pela Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) para Empresas Multinacionais e toda a legislação brasileira relativa aos direitos e deveres sociais e ambientais já estabelecidos em nosso país.

Em 2004, o IBASE suspendeu o “Selo Balanço Social IBASE/Betinho” – concedido a uma das maiores empresas na área de açúcar e álcool – a partir de denúncia do Ministério Público por utilização de “trabalho análogo à escravidão”.

A concessão do “Selo Balanço Social IBASE/Betinho” não tem como objetivo certificar ou avaliar se a empresa é socialmente responsável, mas sim garantir que a empresa atendeu a todos os critérios de transparência estabelecidos para preenchimento, publicação e divulgação do balanço social e que se submeteu, de alguma forma a receber críticas e sugestões da sociedade, fornecendo os próprios subsídios para essa avaliação externa.

Atualmente, é possível contabilizar o sucesso desta iniciativa e afirmar que o processo de construção de uma nova mentalidade e de práticas no meio empresarial está em pleno curso e observar o crescimento ecológico em diferentes setores da

sociedade mundial, como também por uma questão de visão e de estratégia, a gestão ambiental vem ganhando um espaço crescente no meio empresarial em termos de responsabilidade social.

Iudícibus, Martins e Gelbcke (2007, p 11-10) definem Balanço Social da seguinte forma:

O Balanço Social busca demonstrar o grau de responsabilidade social assumido pela empresa e assim prestar contas à sociedade pelo uso do patrimônio público, constituído dos recursos naturais, humanos e o direito de conviver e usufruir dos benefícios da sociedade em que atua.

O Balanço Social tem por objetivo demonstrar o resultado da interação da empresa com o meio em que está inserida. Possui quatro vertentes: o balanço Ambiental, o Balanço de Recursos Humanos, Demonstração do Valor Adicionado e Benefícios e Contribuições à Sociedade em Geral.

Neste sentido, o balanço ambiental reflete a atitude da empresa em relação aos benefícios aos recursos naturais; enquanto o balanço de recursos humanos visa demonstrar o perfil da força de trabalho em relação aos colaboradores, a remuneração e benefícios concedidos mostrando o lado financeiro da empresa (salários, auxílio alimentação entre outros) e os gastos com treinamento dos funcionários demonstrando a qualificação dos mesmos para crescimento da empresa; também a demonstração do valor adicionado (DVA) objetiva a evidenciar o apoio da empresa para a ampliação econômico-social da região onde está instalada. A DVA discrimina o que a empresa agrega de riqueza à economia local e, em seguida a forma como distribui tal riqueza; e os benefícios e contribuições à sociedade em geral que comprovar o que a empresa faz em termos de benefícios sociais como contribuições a entidades assistenciais e filantrópicas, preservação de bens culturais, educação de necessitados etc.

O Balanço Social, ao contrário da Contabilidade Social, que se preocupa com a estrutura e os resultados globais da economia, tem seu foco no resultado das transações individuais da empresa com a comunidade que a ela está diretamente relacionada.

Kroetz (1998 apud LISBOA NETO, 2003, p. 45) ressalta que “a contabilidade social pode ser visualizada como uma parte da Ciência, que procura estudar os reflexos das variações patrimoniais nas empresas, na sociedade e no meio ambiente”.

Pode-se entender que a contabilidade social registra as atividades sociais praticadas pela conscientização das empresas em relação à sociedade e ao meio ambiente.

Sucupira (2008) afirma que o Balanço Social favorece a todos os grupos que interagem com a empresa. Aos dirigentes, fornece informações úteis à tomada de decisão no que se refere aos programas sociais. Também é um instrumento de gestão. É natural que os indicadores do balanço social estimulem a participação voluntária dos empregados na escolha dos programas sociais da empresa, o que acarreta um grau mais elevado de integração nas relações entre dirigentes e funcionários. Aos fornecedores e investidores informa como a empresa encara suas responsabilidades quanto aos seus recursos humanos, o que é um bom indicador da forma como a empresa é administrada. Para os consumidores dá uma idéia da mentalidade dos dirigentes da companhia, o que pode ser associado à qualidade do produto ou serviço que a empresa oferece. Ao Governo acaba ajudando na formulação das políticas públicas.

Nota-se um novo despertar em torno desse tema no Brasil. Possivelmente, em consequência da abertura da economia, conscientização do conceito de cidadania pela sociedade e o fenômeno globalização. Tais transformações no cenário empresarial têm impulsionado as empresas a elaborarem o Balanço Social a mais de uma década, onde se destacam o Banco do Brasil, Yashica, Sadia, Concórdia Petrobrás, e mais recentemente outras empresas como: Itaú, Boticário, Natura, Klabim, grupo Pão-de-Açúcar.

A partir do último ato público, do qual, Hebert de Souza, (Betinho) participou apresentando o marco da responsabilidade social no Brasil, com o modelo IBASE de Balanço Social, juntamente com a coordenação desse Instituto, o balanço social incorporou parcerias passando por algumas atualizações e gerando modelos adaptados, como os de micro e pequenas empresas, de instituições de ensino e organizações sociais e de cooperativas.

O modelo do balanço social da França, devido a sua complexidade, inspirou Betinho, o IBASE e seus parceiros, na pedagogia da responsabilidade de prestação de contas, através de um modelo simples e objetivo, construído a partir de 1996.

Em virtude dos modelos de balanço social existentes no Brasil ser semelhantes, torna-se um pouco repetitivo, quando já existem outros demonstrativos que retratam alguns dados neles contidos. Razão pela qual, a Lei n. 032/99, Art. 9,

deveria ser alterada, para que o Balanço Social “substituísse” os demais demonstrativos estabelecidos anteriormente pela legislação.

O modelo de Balanço Social deve conter informações únicas destinados aos empregados e sociedade em geral, mostrando a situação da empresa e que estas possam levar crescimento para a mesma, uma vez que na sociedade existe uma carência de informações sobre trabalhos sociais por parte das empresas.

2.2 MODELO DO BALANÇO SOCIAL DA CVM E DO IBASE

A CVM integrou-se ao Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e elaborou e colocou em audiência pública um modelo de demonstrativo de um conjunto de informações de natureza social, semelhante ao Balanço Social divulgado pelo IBASE. Com intenção de tornar obrigatório as empresas publicá-lo, mas como a idéia não foi bem aceita, manteve apenas o seu modelo, destacando a sua importância.

O modelo proposto pela CVM, já utilizado por algumas empresas brasileiras, contém a base de cálculo, que abrange o faturamento bruto, o lucro operacional e o valor bruto da folha de pagamento; e os indicadores laborais, sociais e do corpo funcional.

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) é um órgão preocupado com a responsabilidade social das empresas. Esse órgão disponibiliza na internet uma página que destaca as principais características do balanço social, bem como a bibliografia existente a respeito. Mantém também uma lista de discussão onde as pessoas de todo o mundo podem dar as suas opiniões a respeito do exercício da cidadania.

O modelo do Balanço Social instituído por este órgão, assemelha-se ao modelo proposto pela CVM, pois contém os indicadores laborais, sociais e do corpo funcional. Entretanto, além desses indicadores conterem mais dados, a base do cálculo não contém o faturamento bruto, mas sim a receita líquida.

3 METODOLOGIA

Nesse trabalho foi utilizado todo o procedimento de pesquisa bibliográfica, com os objetivos: exploratória, por desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias proporcionando uma visão geral acerca de determinado fato (GIL, 2007); e descritiva, por procurar abranger aspectos gerais e amplo de um contexto social, como: salário e consumo, mão-de-obra ativa, população economicamente ativa, situação social, entre outros (OLIVEIRA, 2002).

Quanto à abordagem é qualitativa, em virtude de não empregar dados estatísticos como principal foco da pesquisa, permitindo mostrar respostas de forma clara e quantitativa, por descrever e indicar de maneira objetiva a quantidade de opiniões, descrevendo em quantidade única o resultado da pesquisa (OLIVEIRA, 2002).

O universo da pesquisa será constituído em empresas do setor de comércio na Cidade de São Gonçalo do Amarante, onde constam 41 (quarenta e uma) empresas de pequeno porte, com base nas informações cedidas pela Secretaria Municipal de Tributação, através de uma relação das Indústrias e Comércios cadastrados em São Gonçalo do Amarante.

A pesquisa foi realizada no primeiro semestre de 2009 em 09 (nove) empresas de pequeno porte e ramos diferenciados, aplicando questionário sobre o modelo de Balanço Social para as micros e pequenas empresas; tornando assim uma pesquisa de multicase, que Beuren (2006b apud PINHEIRO, 2007) ressalva a possibilidade de “realizar estudos multicase em que a pesquisa estudar duas ou mais organizações”. Por se tratar de uma pesquisa de multicase, as empresas foram escolhidas levando em consideração a facilidade de acesso às mesmas.

As informações foram colhidas da seguinte forma: perfil do entrevistado, perfil da empresa e conhecimento sobre balanço social e sua importância; já as entrevistas foram feitas com os gerentes ou sócios, que confirmaram o conhecimento sobre a responsabilidade social; os trabalhos que ora prestam em benefício à sociedade; por que não divulgar o balanço social e os motivos pelo não desenvolvimento da responsabilidade social.

A coleta de dados foi realizada através de questionário aberto, abordando a participação com a responsabilidade social, como também a aplicação e divulgação do balanço social. Desta forma, este capítulo contém as análises e interpretações

dos dados coletados durante os meses de março e abril de 2009, junto aos gestores das empresas de pequeno porte, sendo o resultado transformado em tabelas e gráficos expostos a seguir.

Após realizado o trabalho de campo, passou-se a organização dos dados para a obtenção dos resultados, que através do processo de análise serviu para compor os números e valores em percentuais, sendo utilizada a planilha do programa Excel, elaborando gráficos com o intuito de facilitar o entendimento dos dados, visualizando melhor o resultado, através do uso da estatística descritiva.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Com o intuito de responder ao objetivo proposto pelo estudo, que busca identificar a utilidade do balanço social nas empresas de pequeno porte na cidade de São Gonçalo do Amarante, situada à margem esquerda do rio Potengi e é considerada uma das áreas de povoamento mais antiga do Rio grande do Norte, conhecida no seu contexto econômico através de pequenas indústrias de cerâmica, empresas de comércio e principalmente pelo artesanato; atualmente diante do número de empresas existentes, 41 (quarenta e uma) estão ativas e são de pequeno porte, localizadas nas zonas rural e urbana, conforme informações cedidas pela Secretaria Municipal de Tributação. Esse trabalho contempla empresas escolhidas, através de um estudo multi-casos.

4.1 PERFIL DAS EMPRESAS

Os respondentes das empresas entrevistadas em maioria são gerentes com cinco anos de empresa, pessoas que atingiram uma certa maturidade para buscar um melhor desenvolvimento no ramo específico da empresa. Na tabela 1 observa-se que as empresas são diversificadas em ramos de atividades, contribuindo de alguma forma com a sociedade em setores diversificados, em relação ao tempo de existência no mercado há uma variação entre 2 a 12 anos.

TABELA 1: Atividade e tempo no mercado

Empresa	Ramo de Atividade	Tempo no Mercado
1	Material Escolar	12 anos
2	Material de Construção	8 anos
3	Supermercado	10 anos
4	Farmácia	10 anos
5	Material de Construção	8 anos
6	Supermercado	10 anos
7	Móveis	10 anos
8	Material de Informática	2 anos

9	Supermercado	8 anos
---	--------------	--------

Fonte: Elaboração própria (2009)

Em relação à tabela 2, tem-se a quantidade de empresas de pequeno porte por atividade, que foram entrevistadas, como também, o percentual correspondente às atividades.

TABELA 2: Quantidade de empresas x atividades

Quantidade de Empresa	Ramo de Atividade	%
1	Material Escolar	11%
2	Material de Construção	22%
3	Supermercado	34%
1	Farmácia	11%
1	Móveis	11%
1	Material de Informática	11%

Fonte: Elaboração própria (2009)

Em relação ao ramo de atividade das empresas selecionadas para serem entrevistadas, observa-se que 34% são de gêneros alimentícios, com um percentual de 22% são as empresas de material de construção e com 11% as demais empresas; o ramo de atividade também contribui para o desenvolvimento de uma responsabilidade social.

Com referência ao tempo em que as empresas têm no mercado, nem sempre a maior quantidade de tempo significa desenvolvimento, pois 44% representam as empresas: supermercado (gênero alimentício), farmácia e lojas de móveis estão no mercado há 10 anos e mesmo assim não mostram confiança no crescimento da empresa em relação ao desenvolvimento de um trabalho social.

4.2 QUESTIONAMENTOS ELABORADOS SOBRE BALANÇO SOCIAL

As empresas foram questionadas durante o período da pesquisa o conhecimento sobre balanço social, a importância da sua divulgação, o desenvolvimento que o mesmo traz para a empresa e a sociedade, como também, a

realização de algum trabalho social desenvolvido pela empresa e de que forma este é registrado.

Os respondentes das empresas 1, 3, 4, 6, 7 e 9 entendem que o balanço social é um demonstrativo financeiro feito anualmente, representando a responsabilidade social, que as empresas fazem através das ações e benefícios para a sociedade, enquanto as empresas 2, 5 e 8 entendem que é apenas um demonstrativo que algumas empresas fazem mostrando, os benefícios, as despesas, como também, o estado econômico e financeiro.

TABELA 3 - Entendimento sobre balanço social pelos respondentes

Respostas	Quantidade de Empresas	% correspondente
Demonstrativo Financeiro	5	56%
Demonstrativo	3	33%
Resumo Contábil	1	11%
Total das respostas	9	100%

Fonte: Elaboração própria (2009)

Com exceção da empresa 7, que através de relatório registra a responsabilidade social desenvolvida, as demais empresas não elaboram documento algum, por ser de pequeno porte não existindo assim, retorno algum para empresa.

TABELA 4 - Confecção de relatório semelhante ao balanço social

Respostas	Quantidade de Empresas	% correspondente
Não	7	78%
Parcial	1	11%
Sim	1	11%
Total das respostas	9	100%

Fonte: Elaboração própria (2009)

Os respondentes afirmaram a importância do balanço social e sua divulgação, proporcionando crescimento para empresa e a população, buscando assim uma

melhor qualidade de vida, com exceção da empresa 4, que mesmo praticando a responsabilidade social, não considera importante em termos de retorno.

TABELA 5 - Importância do balanço social e a divulgação pela empresa

Respostas	Quantidade de Empresas	%
Sim, totalmente	7	78%
Sim, parcialmente	1	11%
Não	1	11%
Total das respostas	9	100%

Fonte: Elaboração própria (2009)

Todas as empresas concordaram que o balanço social favorece a empresa perante à sociedade, admitindo que a responsabilidade com a sociedade não é somente do governo, mas de todos que buscam uma melhor qualidade de vida.

Alguns respondentes disseram que diante do retorno que as empresas têm por desenvolver a responsabilidade social, deveria existir por parte do governo uma maior divulgação sobre os benefícios a empresa e a sociedade, proporcionando assim, um maior incentivo para as empresas de pequeno porte.

TABELA 6 - Crescimento da empresa e desenvolvimento da sociedade através do balanço social

Respostas	Quantidade de Empresas	%
Sim	8	89%
Parcial	1	11%
Total das respostas	9	100%

Fonte: Elaboração própria (2009)

Com exceção das empresas 4 e 8 que acreditam na importância e no desenvolvimento que o balanço social traz à empresa e à sociedade, elas acabam não desenvolvendo trabalho algum de responsabilidade social, enquanto as demais empresas desenvolvem um trabalho de forma interna ou externa, buscando sempre melhoria de vida para a empresa e a população

TABELA 7 - Trabalho de responsabilidade social desenvolvido pela empresa

Respostas	Quantidade de Empresas	%
Externo	4	45%
Não desenvolve	3	33%
Interno	2	22%
Total das respostas	9	100%

Fonte: Elaboração própria (2009)

Conforme tabela 8, as empresas 3 e 4 não têm conhecimento sobre empresas que adotaram a responsabilidade social, enquanto as demais empresas têm conhecimento local, estadual e nacional de empresas contribuindo para a sociedade através de trabalhos sociais.

TABELA 8 - Conhecimento sobre empresas que adotaram a responsabilidade social

Respostas	Quantidade de Empresas	%
Local	5	56%
Não	2	22%
Estadual	1	11%
Nacional	1	11%
Total das respostas	9	100%

Fonte: Elaboração própria (2009)

Todos os respondentes afirmaram de forma total ou parcial, que também é de responsabilidade da sociedade a busca por uma melhor qualidade de vida, como também de preservação do meio ambiente.

TABELA 9 - Iniciativa da responsabilidade social apenas do Governo

Respostas	Quantidade de Empresas	%
Não	8	89%
Parcial	1	11%
Total das respostas	9	100%

Fonte: Elaboração própria (2009)

As respostas, conforme gráfico 3, sobre balanço social variaram em ser um demonstrativo financeiro, mostrando a participação da empresa com a sociedade através de ações e benefícios; o balanço social mostra anualmente as despesas com projetos e benefícios sociais, como também, que esse demonstrativo é um resumo contábil revelando a situação econômica e financeira da empresa.

A resposta a esse questionamento foi quase unânime, conforme gráfico 5, exceto duas empresas, uma que não vê total importância no balanço social e outra que considera o balanço social sem nenhuma importância para a empresa, uma vez que ainda é uma empresa de pequeno porte, o que conseqüentemente não terá retorno algum, onde se percebe a falta de conhecimento sobre o balanço social.

Percebe-se nas respostas que a maioria das empresas considera importante a divulgação do balanço social para as empresas, exceto uma empresa, que talvez pela falta de conhecimento sobre balanço social, não dá importância a contribuição para a sociedade na qual está inserida.

Em relação ao trabalho social, constando no gráfico 7, existe uma participação de 45% na área externa com relação às empresas entrevistadas, uma vez que elas trabalham proporcionando uma melhoria para seus colaboradores e a população, enquanto 33% das empresas, mesmo sabendo da importância do balanço social, não oferecem nenhum tipo de trabalho e 22% desenvolvem um trabalho social interno, proporcionando assim, o bem estar aos seus colaboradores.

Apenas 5 respondentes, representado 56% das 9 empresas entrevistadas, conhecem empresas que adotaram a responsabilidade social local, ou seja, o número das empresas de pequeno porte existentes que desenvolve trabalhos sociais, ainda é pequeno em São Gonçalo do Amarante; em relação às empresas estaduais e nacionais também é pequeno o número de conhecimento dessas atividades por parte dos respondentes.

Os respondentes entendem que é responsabilidade do governo proporcionar o bem estar da sociedade, como por exemplo, uma melhor condição de vida com saúde e lazer.

Mesmo assim as empresas também se conscientizam de que uma parceria com o governo irá melhorar ainda mais a região onde estão localizadas, como também, os benefícios que o governo pode proporcionar para empresas que contribuem com ações sociais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se este trabalho com o objetivo geral de identificar a aplicabilidade do balanço social nas empresas de pequeno porte na cidade de São Gonçalo do Amarante. Já os objetivos específicos foram, discutir o balanço social e seus conceitos afins; mostrar o balanço social das micros e pequenas empresas e evidenciar a elaboração do balanço social por elas.

No primeiro objetivo específico, identifica-se que a maioria dos respondentes entende sobre balanço social, algumas até realizam o trabalho social, porém não registram e nem divulgam, tendo como motivo ser uma empresa de pequeno porte, deixando assim de dá importância a tal divulgação do trabalho realizado.

No segundo objetivo específico, apenas uma empresa faz relatório registrando o trabalho social, as demais empresas confirmaram não realizar balanço social, como também, nem um relatório constando informações semelhantes ao mesmo.

De acordo com as informações cedidas pela secretaria municipal de tributação, a pesquisa foi realizada em 9 empresas de pequeno porte da zona urbana, em virtude do fácil acesso.

Em relação ao terceiro objetivo específico, a pesquisa mostra que estas empresas, em sua maioria entende que o balanço social é um demonstrativo financeiro e que sua publicação trará benefício e crescimento tanto para empresa quanto para a sociedade; desenvolvem um trabalho social externo / interno, porém não se empenham em publicar tal participação a nível de conhecimento para a sociedade, como também não fazem nenhum relatório semelhante ao balanço social.

Diante dos resultados obtidos, através da pesquisa realizada, pode-se sugerir que as empresas registrem e divulguem suas informações sobre os trabalhos sociais desenvolvidos, independente da forma como é feita, somente assim, elas poderão observar que mesmo sendo de pequeno porte, existe espaço para crescimento e desenvolvimento na sociedade.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Tânia Cristina. **Balanco social como instrumento para demonstrar a responsabilidade social das entidades:** uma discussão quanto à elaboração, padronização e regulamentação. V EBECIC, Vitória da Conquista, Bahia, 2006.

BATISTA, Halcima Melo. **Proposta de um modelo de balanço social:** estudo de caso na Vicunha Nordeste S.A. – Indústria Têxtil – Unidade II – Natal/RN 1995-1999. Dissertação (Mestrado) Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2000.

BALANÇO social: **a posição da Comissão de Valores Mobiliários.** Disponível em: <[http: www.cvm.gov.br](http://www.cvm.gov.br)>, Acesso em: 04 nov., 2008.

BEGALLI, Glaucos Antonio; PEREZ JÚNIOR, José Hernandez. **Elaboração das demonstrações contábeis.** São Paulo: Atlas, 1999.

BRASIL, Decreto n. 76.900, de 23 de dezembro de 1975. Institui a relação anual de Informações Sociais - RAIS e dá outras providências.

BRASIL, Lei n. 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as sociedades por ações.

BRASIL, Lei n. 3.116, de maio de 1997. Cria o Balanço Social para as empresas que menciona e dá outras providências.

BRASIL, Lei n. 11.638, de 28 de dezembro de 2007. Altera e revoga dispositivos da Lei n. 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei n. 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras.

BRASIL, Lei n. 6.385, de 7 de dezembro de 1976. Dispõe sobre o mercado de valores mobiliários e cria a Comissão de Valores Mobiliários.

COSTA, Claudia Soares; VISCONTI, Gabriel Rangel; AZEVEDO, Caio Brito. **Balanco social e outros aspectos da responsabilidade social corporativa.** Relato Setorial nº 2 mar/2000. Disponível em: <www.bndes.gov.br>. Acesso em: 2 set. 2008.

FREIRE, Fátima de Souza; SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Balanco social:** teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL E SOCIAL (FIDES). **Prêmio balanço social.** Disponível em: <<http://www.fides.org.br/balanco-social-2004.htm>>. Acesso em: 04 nov. 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

IUDICIBUS, Sergio; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

TINÔCO, João Eduardo Prudêncio. **Balço social:** uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações: São Paulo: Atlas, 2006.

LISBOA NETO, Hildefôncio. **Organização das informações do balanço social em instituição financeira como instrumento de gestão de sua responsabilidade social.** Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

OLIVEIRA, Silvio Luiz. **Tratado de metodologia científica:** projetos de pesquisas, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

PINHEIRO, Edivânia Aparecida da Silva. **Fluxo de caixa como ferramenta de controle financeiro nas pequenas empresas:** um estudo de multicasos. Monografia (Graduação). Faculdade União Americana, Natal, 2007.

REIS, Arnaldo Carlos de Rezende. **Demonstrações contábeis:** estrutura e análise. São Paulo: Saraiva, 2003.

REIS, Carlos Nelson; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade social das empresas e balanço social:** meios propulsores do desenvolvimento econômico e social. São Paulo: Atlas, 2007.

SUCUPIRA, João. **Marketing pessoal:** a responsabilidade das empresas. Disponível em: <<http://www.marketing.com.br/index.php?view=article&catid=45%Aterceiro-setor&id>> Acesso em: 13 nov, 2008.

TORRES, Ciro. **Um pouco da historia do balanço social (2002).** Disponível em: <<http://www.horuscomerciojusto.org.br/artigos/umpoucodahistoria.htm>>. Acesso em: 06 nov. 2008.