

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO – ECONÔMICO - CSE
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ANA CAROLINA SCHMIDT

**BALANÇO SOCIAL: PROPOSTA DE ELABORAÇÃO PARA O INSTITUTO DE
ESTUDOS AVANÇADOS - IEA**

FLORIANÓPOLIS
2010

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO – ECONÔMICO - CSE
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**BALANÇO SOCIAL: PROPOSTA DE ELABORAÇÃO PARA O INSTITUTO DE
ESTUDOS AVANÇADOS - IEA**

Monografia submetida ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Prof. Orientador: Loreci João Borges, Dr.

**FLORIANÓPOLIS
2010**

ANA CAROLINA SCHMIDT

BALANÇO SOCIAL: PROPOSTA DE ELABORAÇÃO PARA O INSTITUTO DE ESTUDOS AVANÇADOS - IEA

Esta monografia foi apresentada no curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota final _____ atribuída pela banca examinadora constituída pelo professor orientador e membros abaixo mencionados.

Florianópolis, SC, 29 de junho de 2010.

Professora Valdirene Gasparetto, Dra.
Coordenadora de Monografias do Departamento de Ciências Contábeis

Professores que compuseram a banca:

Professor Loreci João Borges, Dr.
Orientador

Professora Ernesto Fernando Rodrigues Vicente, Dr.
Membro

Professor Irineu Afonso Frey, Dr.
Membro

Dedico este trabalho aos meus pais, Evaldo Schmidt e Cléa Lúcia Schmidt, que tanto me apoiaram para chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

À Deus, por ser fonte de serenidade para que eu pudesse superar todos os obstáculos impostos pela vida.

Aos meus pais Cléa e Evaldo pelo amor e dedicação que ajudaram a concretizar uma importante etapa de minha vida.

Ao meu namorado Jonatan e seus pais Zenilda e Vilmar, pela paciência, incentivo e carinho.

As minhas amigas Juliana, Mariana, Melissa e Sabrina pela amizade que tornou esses anos de faculdade especiais.

Ao meu orientador Loreci Borges pelo incentivo e dedicação para a conclusão deste trabalho.

"Aprender é a única coisa de que a mente nunca se cansa, nunca tem medo e nunca se arrepende"

(Leonardo da Vinci)

RESUMO

SCHMIDT, Ana Carolina. **Balanço Social**: Proposta de Elaboração para o Instituto de Estudos Avançados – IEA. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis) – Departamento de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

A sociedade está cada vez mais exigente e as empresas vêm descobrindo que não basta apenas fazer um bom produto ou prestar um excelente serviço, a sociedade busca empresas em que a imagem esteja relacionada com o compromisso da responsabilidade social, pois ela aparece como um diferencial positivo, capaz de fortalecer a relação entre as empresas e o meio ambiente e as empresas e a sociedade. O Balanço Social surge como forma de demonstrar o comprometimento da empresa com a sociedade a fim de transparecer as ações sócias praticadas. Este trabalho tem como objetivo elaborar o Balanço Social para o Instituto de Estudos Avançados - IEA qualificado como OSCIP a fim de demonstrar as ações praticadas em favor da sociedade, colaboradores e meio ambiente. Definido o tema central da pesquisa, realizou-se um levantamento bibliográfico acerca do Balanço Social. A pesquisa é de caráter descritivo, pois tem a finalidade de identificar, analisar, relatar, comparar, entre outros aspectos, é um estudo de caso, por ser um estudo profundo e detalhado de um objeto para seu melhor conhecimento, com abordagem qualitativa, por ter o ambiente natural como fonte direta dos dados e o pesquisador como instrumento fundamental para a análise do objeto.

A partir de modelos já existentes, procurou-se adaptar um modelo que se adéqüe aos anseios do Instituto de Estudos Avançados IEA. Verificou-se assim que o modelo do IBASE para empresas do Terceiro Setor corresponde às necessidades e anseios da organização demonstrando o comprometimento do IEA com a responsabilidade social.

Palavras-chave: Balanço Social. Responsabilidade Social. OSCIP

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Sugestões de processo de aplicação dos indicadores Ethos de RSE.	36
Figura 2 - Estrutura modelo questionário Indicadores Ethos.....	38
Figura 3 - Modelo Proposto de Balanço Social	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Origens dos Recursos	53
Gráfico 2 – Aplicações dos Recursos – Despesas Diversas	54
Gráfico 3 – Indicadores Internos – Benefícios.....	55
Gráfico 4 - Indicadores do Corpo Funcional – Quantidade Colaboradores por Sexo.	56
Gráfico 5 – Qualificação do Corpo Funcional	57

LISTA DE SIGLAS

BS – Balanço Social

CVM – Comissão de Valores Monetários

EAD – Ensino à Distância

FIDES – Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social.

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

IEA – Instituto de Estudos Avançados

OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	12
1.2 OBJETIVOS.....	13
1.2.1 Objetivo geral	13
1.2.2 Objetivos específicos	14
1.3 JUSTIFICATIVA.....	14
1.4 METODOLOGIA.....	15
1.4.1 Conceituação de Pesquisa	15
1.4.2 Conceituação de Metodologia	16
1.4.3 Classificação da Metodologia deste trabalho	16
1.4.4 Coleta e tratamento das informações	17
1.5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	17
1.6 ORGANIZAÇÃO DA PESQUISA.....	18
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL	20
2.1.1 Conceito e Surgimento da Responsabilidade Social	20
2.1.2 Entidades disseminadoras da Responsabilidade Social e do Balanço Social	24
2.2 BALANÇO SOCIAL	25
2.2.1 Surgimento e Evolução do Balanço Social	25
2.2.2 Conceito de Balanço Social	27
2.2.3 Usuários do Balanço Social	30
2.2.4 Obrigatoriedade do Balanço Social	32
2.2.5 Modelo de Balanço Social proposto pelo IBASE	33
2.2.6 Modelo de Balanço Social ou Relatório de Sustentabilidade proposto pelo Instituto Ethos	35
2.3 OSCIP – ORGANIZAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL DE INTERESSE PÚBLICO	39
3 ESTUDO DE CASO	42
3.1 APRESENTAÇÃO DO INSTITUTO DE ESTUDOS AVANÇADOS – IEA.....	42
3.2 INSTITUTO DE ESTUDOS AVANÇADOS SOCIAL - IEA SOCIAL	44

3.3 PROPOSTA DE BALANÇO SOCIAL.....	45
3.4 ANÁLISE DO BALANÇO SOCIAL PROPOSTO.....	52
3.4.1.1 Análise das Origens de Recursos.....	52
3.4.1.2 Análise das Aplicações dos Recursos	53
3.4.1.3 Análise dos Indicadores Internos.....	55
3.4.1.4 Análise do Corpo Funcional.....	56
3.4.1.5 Análise da Qualificação do Corpo Funcional	57
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES	59
4.1 QUANTO A PROBLEMÁTICA	59
4.2 QUANTO AOS OBJETIVOS.....	59
4.3 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	60
REFERENCIAS.....	62

1 INTRODUÇÃO

Atualmente com a troca veloz de informação a sociedade tornou-se cada vez mais exigente. O conhecimento está mais disponível para a sociedade, tornando difícil para as empresas a busca de um diferencial. A responsabilidade social aparece como um fator de competitividade para as empresas, e a sociedade cobra uma postura mais ética e responsável das empresas.

A responsabilidade social vem ganhando força nos últimos anos no Brasil, fazendo das empresas fortes aliadas, para contribuir com o bem estar da sociedade. Para o Instituto Ethos (2009) “a empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde dos trabalhadores [...]”. Para a sociedade não basta apenas às empresas cumprirem as obrigações tributárias, devem exercer também sua função social baseando-se em princípios éticos e morais.

Cada vez menos as empresas são julgadas apenas por seus resultados econômicos. Em sua grande maioria a responsabilidade social é apontada como fator decisivo para a escolha entre uma e outra empresa.

Em busca de uma imagem positiva as empresas estão investindo em uma nova postura ética, baseada no cumprimento dos princípios morais, que torna o meio onde estão inseridas e as pessoas que a compõem peças fundamentais para o desenvolvimento e sobrevivência da organização.

Como forma de demonstrar suas ações a favor da sociedade às empresas adotaram como instrumento o Balanço Social como meio de melhorar seu relacionamento com a sociedade e meio ambiente.

Conforme Freitas (2006, p.12), o Balanço Social é a via de ligação entre o executor da ação social e seus beneficiários, comunidade e informa tudo aquilo que está sendo realizado nos planos social e ambiental.

Por meio do Balanço Social a empresa evidencia os investimentos realizados nas áreas sociais e ambientais, além de ser uma ferramenta de gestão, pois reúne informações de cunho econômico, financeiro e sociais da empresa.

1.1 TEMA E PROBLEMA

As principais as preocupações que permeavam as empresas giravam em torno da busca exclusiva da maximização do lucro.

Com as diversas mudanças ocorridas no cenário econômico e social após a globalização, tais como o aumento da concorrência e das pressões exercidas pela sociedade que cada vez mais cobram das empresas transparência e responsabilidade social, ocasionaram transformações nas empresas que passaram a buscar uma ferramenta de gestão e divulgação das ações sociais.

As empresas que utilizavam apenas as demonstrações que enfatizavam as informações econômicas e financeiras produzidas por elas no período, passaram a utilizar uma ferramenta com o qual as entidades pudessem prestar contas à sociedade, das ações econômicas, sociais e ambientais.

Com o intuito de agrupar e evidenciar as ações sociais e ambientais praticadas, as organizações passaram a utilizar o Balanço Social como ferramenta para dar transparência a estas informações, tendo como principal modelo de balanço o modelo do Instituto IBASE e a cartilha do Instituto Ethos.

Segundo Freitas (2006, p.12): “o Balanço Social é a via de ligação entre o executor da ação social e seus beneficiários, comunicando e informando tudo aquilo que está sendo realizado nos planos social e ambiental”.

O balanço social aproxima as informações das ações sociais executadas dos beneficiários e interessados.

Tinoco(2009, p.14) complementa quando diz que: o 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.

Por intermédio do Balanço Social as empresas podem evidenciar as ações que estão sendo praticadas em benefício de seus colaboradores, meio ambiente e da sociedade.

Para fazer a integração entre as informações econômicas, sociais e ambientais das empresas e a sociedade aparece a figura do profissional contábil,

que faz o levantamento de todas as ações praticadas pela entidade e utilizando-se de uma ferramenta de evidenciação como o Balanço Social organiza estas informações para posterior publicação.

Desta forma, cabe às empresas repassarem para o profissional contábil as informações a serem evidenciadas e buscarem juntos o melhor modelo desta ferramenta que sintetiza e expressa às ações da empresa em prol da responsabilidade social.

O Instituto de Estudos Avançados – IEA é uma associação civil, sem fins econômicos, sem filiação política, partidária ou religiosa que possui qualificação como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP e que promove diversas ações sociais em prol de seus colaboradores e sociedade e está em busca de uma melhor forma para demonstrar com maior transparência estas ações através de um Balanço Social.

Diante disto, busca-se responder a seguinte questão:

Qual o modelo ideal de Balanço Social para demonstrar as ações sociais praticadas pelo Instituto de Estudos Avançados – IEA qualificado como OSCIP?

1.2 OBJETIVOS

Buscando responder à questão formulada, o presente trabalho terá como direcionador um objetivo geral, desenvolvendo-se objetivos específicos, conforme apresentado a seguir.

1.2.1 **Objetivo geral**

O presente trabalho tem o como objetivo geral elaborar um Balanço Social adequado para o Instituto de Estudos Avançados - IEA qualificado como OSCIP a fim de demonstrar as ações sociais desenvolvidas pela empresa assim como demonstrar sua aplicabilidade como ferramenta de gestão.

1.2.2 Objetivos específicos

Para atingir os objetivos gerais, têm-se os seguintes objetivos específicos:

- Conceituar Responsabilidade Social, Balanço Social e OSCIP ;
- Explanar sobre o surgimento, evolução, usuários e obrigatoriedade do Balanço Social;
- Apresentar dois modelos existentes de Balanço Social;
- Apresentar o Instituto de Estudos Avançados - IEA
- Realizar análise dos indicadores do balanço social proposto.

1.3 JUSTIFICATIVA

O interesse em relação à responsabilidade social nas empresas vem crescendo gradativamente e muitas empresas vêm despertando para o fato de que a obtenção de lucro em detrimento do meio ambiente e sociedade poderão acarretar prejuízos futuros.

Com a crescente da globalização e as pressões exercidas pela sociedade que cobram cada vez mais a expressão da ética e da responsabilidade social, as empresas vem buscando maneiras de demonstrar o que vem aplicando dentro e fora de suas entidades.

O respeito aos valores éticos, as pessoas e a sociedade passaram a ser fundamentais para as empresas que buscam adquirir o respeito e reconhecimento das pessoas, investidores e sociedade almejando assim o sucesso econômico-financeiro, bem como utilizar a responsabilidade social de forma gerencial, contribuindo assim uma sociedade mais justa e próspera.

O Instituto em estudo por ser uma entidade sem fins lucrativos tem por visão promover mudanças sociais e para isso desenvolve diversos projetos e

atividades que visam o crescimento educacional e moral de seus colaboradores e sociedade.

Em busca de uma melhor forma de apresentar as relações sociais entre a organização e a sociedade, o Instituto de Estudos Avançados - IEA procura um modelo de Balanço Social que possa demonstrar os benefícios, projetos sociais e ações praticadas por ele em prol de seus colaboradores e sociedade em que estão inseridos.

1.4 METODOLOGIA

Nos subitens desta seção apresenta-se a metodologia da pesquisa: conceituação de pesquisa, conceituação de metodologia, classificação metodológica e coleta e tratamento das informações.

1.4.1 **Conceituação de Pesquisa**

Diversos autores discorrem acerca do que é a pesquisa. Para Andrade (2001) “pesquisa científica é um conjunto de procedimentos sistemáticos, baseados no raciocínio lógico, que tem por objetivo encontrar soluções para os problemas propostos mediante o emprego de métodos científicos.”

De acordo com Lakatos (1987, p.17) pesquisa “é uma indagação minuciosa ou exame crítico e exaustivo na procura de fatos e princípios: uma diligente busca para averiguar algo.”

Pesquisar consiste em investigar com afinco a fim de realizar a verificação de alguma coisa.

Silva e Menezes (2001) entendem que “Pesquisar, significa de forma bem simples, procurar respostas para indagações propostas.”

Conclui-se através destas conceituações que a pesquisa consiste na investigação de um problema através de uma metodologia visando produzir um novo conhecimento e as soluções da problemática.

1.4.2 **Conceituação de Metodologia**

A metodologia de pesquisa utilizado nesta pesquisa abrange todos os processos utilizados para chegar ao conhecimento da resposta da problemática.

Segundo Gomez (2000, p.333) a “metodologia da pesquisa designa, de maneira ampla, o início e orientação de um movimento de pensamento cujo esforço e intenção direciona-se à produção de um novo conhecimento [...]”.

O objetivo da metodologia consiste em direcionar os procedimentos e métodos a serem utilizados na pesquisa.

1.4.3 **Classificação da Metodologia deste trabalho**

Como auxílio para a elaboração deste trabalho foram seguidos os procedimentos metodológicos correspondentes ao tipo da pesquisa.

O tipo de pesquisa utilizado neste trabalho quanto aos objetivos é descritiva, pois segundo Beuren (2004, p.81) “descrever significa identificar, relatar, comparar, entre outros aspectos”.

Quanto aos procedimentos foi utilizado um levantamento bibliográfico, utilizando-se materiais já elaborados, tais como livros, artigos, documentos da empresa analisada, dentre outros. Para melhor elucidação da problemática do trabalho foi realizado um estudo de caso, que para Gil (1993, p.58) “é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos”. A realização deste estudo de caso deu-se através de uma coleta de dados através da análise de documentos da empresa, entrevistas com os colaboradores do

setor de Desenvolvimento Humano e Organizacional - DHO e com o contador responsável pelo levantamento das informações da empresa.

Quanto à abordagem do problema, a pesquisa deve ser classificada como qualitativa, pois segundo Raupp e Beuren (2003) para uma pesquisa ser classificada como quantitativa, deve-se utilizar instrumentos estatísticos, tanto na coleta, quanto no tratamento dos dados.

Para a realização do estudo de caso, realizou-se a coleta de dados para sua elaboração realizada através da análise de documentos e entrevista (APÊNDICE A) não estruturada com o contador da empresa, setores de Desenvolvimento Humano Organizacional - DHO e Diretoria Financeira - DF, obtendo assim, as informações necessárias para o desenvolvimento desta pesquisa.

1.4.4 Coleta e tratamento das informações

As informações utilizadas para desenvolver a fundamentação teórica foram obtidas de livros, artigos científicos, pesquisas na internet, documentos da e entrevista com diretores da empresa.

Para a realização do estudo de caso, utilizou-se o balancete do ano de 2009. A coleta de dados é classificada como pesquisa documental porque são utilizados como fontes, documentos, escritos ou não.

O balanço social foi reestruturado a partir de um modelo já existente do IBASE , contemplando dados qualitativos e quantitativos.

1.5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

O presente trabalho foi realizado através de pesquisa bibliográfica tendo por objetivo conhecer e estudar os modelos de Balanço Social disponíveis, para

que após o conhecimento de suas estruturas sirvam de base para a elaboração de um modelo de Balanço Social para o Instituto de Estudos Avançados – IEA, que possui qualificação de OSCIP. Optou-se por estudar o modelo do Instituto IBASE e do Instituto Ethos.

Para sua elaboração além do levantamento bibliográfico, foi realizado um estudo de caso na organização, os dados apresentados datam do ano de 2009 e servem apenas para o Instituto estudado, porém, este trabalho poderá servir de base para outros estudos e para outros Institutos que possuam qualificação de OSCIP.

Foi utilizado como apoio para este estudo o Projeto de Lei nº. 3116/97, de 14 de maio 1997 apresentadas na época pelas deputadas Sras. Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, que criou o balanço social para as empresas públicas e as privadas que possuam acima de 100 (cem) colaboradores e dá outras providências. Porém este Projeto de Lei está arquivado aguardando aprovação.

1.6 ORGANIZAÇÃO DA PESQUISA

Para atender ao objetivo desta pesquisa o trabalho foi estruturado em quatro capítulos. O trabalho inicia-se com resumo seguido do sumário.

No capítulo 1, faz-se a apresentação das considerações iniciais – composta pelo tema e problemática, exposição dos objetivos (subdivididos em objetos gerais e específicos), a justificativa, a metodologia (subdivididos em conceituação de pesquisa, conceituação de metodologia e classificação de metodologia), as limitações da pesquisa e a estrutura do trabalho

No capítulo 2 apresenta-se a fundamentação teórica que traz os conceitos em torno dos temas apresentados. Inicialmente traz um breve histórico da contabilidade, seguido dos conceitos de Responsabilidade Social, OSCIP e Balanço Social. Apresentam-se ainda os modelos de Balanço Social do Instituto IBASE e a cartilha do Instituto Ethos.

No capítulo 3 constitui o estudo de caso, onde é apresentada a caracterização do Instituto de Estudos Avançados – IEA, os dados das ações sociais que foram utilizados na elaboração do Balanço Social da referida empresa e um modelo de Balanço Social, que amplia o sugerido pelo IBASE e pelo Instituto Ethos, adicionado de novos e importantes indicadores.

Por fim, no capítulo 4 apresentam-se as considerações finais e conclusões do presente estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são abordados os conceitos que deram suporte para o desenvolvimento do tema. Iniciando-se com o conceito de Responsabilidade Social, seguindo com os conceitos de Balanço Social e OSCIP.

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Responsabilidade Social nas organizações é um assunto ainda recente. Muitas empresas estão adaptando-se a esta nova realidade que torna a visão empresarial, mais social.

2.1.1 Conceito e Surgimento da Responsabilidade Social

Atualmente, verificamos as mudanças nas concepções da sociedade em relação à responsabilidade social nas empresas, as ações sociais antes praticadas por estas que eram vistas como benefícios por aquela, tornaram-se um importante diferencial.

De acordo com Silva (2009, p.20) “para uma empresa alcançar o sucesso, ter competitividade e ampliar o mercado é indispensável possuir responsabilidade social. Esta precisa estar na estrutura da organização”.

A empresa socialmente responsável visa não só a maximização do lucro, mas o comprometimento com a ética e a cidadania buscando a transformação social por meio de suas ações.

A Responsabilidade Social nas empresas ainda é um tema recente, mas que vem ganhando solidez nos últimos anos devido às pressões exercidas pela sociedade que cada vez mais cobra transparência nas ações praticadas pelas

empresas. Contudo responsabilidade social não deve ser entendida como filantropia, mas sim como uma forma das empresas investirem na melhoria da sociedade.

De acordo com o Instituto Ethos (2009):

Responsabilidade Social empresarial é uma atuação baseada em princípios éticos elevados, nos seus vários relacionamentos com o meio interno e externo, impactados pela atividade produtiva, a saber: funcionários, meio ambientes, fornecedores, consumidores, acionistas, comunidade, governo e sociedade em geral. A empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde dos trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa.

Ser uma empresa responsável socialmente denota realizar ações em favor de sua empresa, colaboradores e sociedade, agindo com ética, transparência e responsabilidade, na busca da maximização dos lucros.

A responsabilidade social no entendimento de Alves, Grah e Oliveira (2009):

[...]trata do comprometimento permanente dos empresários em adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e suas famílias, assim como da comunidade local e da sociedade como um todo.

A responsabilidade social empresarial (RSE) não consiste em fazer uma ação social isolada, mas sim no comprometimento contínuo das empresas em portar-se de forma ética e responsável, favorecendo o crescimento econômico - financeiro da organização, e também a melhoria na qualidade de vida da sociedade e meio ambiente em que esta inserida.

A Responsabilidade Social vem ao encontro da ética e da transparência na gestão dos negócios, e deve-se refleti-las em todas as decisões tomadas pelas empresas que possam causar impacto na sociedade, meio ambiente e nos próprios negócios. (INSTITUTO ETHOS, 2010)

Segundo Ferreira (1974) a Responsabilidade Social, supõe a obrigação de responder pelas ações próprias ou por outrem no âmbito social.

Exercer a responsabilidade social consiste no relacionamento da empresa com o cenário social.

No entendimento de Inácio (2007, p.19) “o conceito da RSE está relacionado com a ética e a transparência na gestão dos negócios e deve refletir-

se nas decisões cotidianas que podem causar impactos na sociedade, no meio ambiente e no futuro dos próprios negócios”.

Vive-se uma nova visão onde cada ação provoca uma reação no meio ambiente e a responsabilidade social aparece para conscientizar as empresas dos custos ambientais que algumas ações podem causar.

Esta acepção reforça-se quando Guimarães (1984 apud WISSMAN 2002, p.36) diz que:

O conceito de Responsabilidade Social da empresa se vincula à idéia de que as empresas, como os indivíduos, devem ser responsabilizadas por todas as conseqüências decorrentes de atitudes tomadas. Por isso, antes de adotar qualquer política, seria fundamental uma análise profunda de todos os elementos envolvidos.

As ações praticadas pelas organizações devem ser realizadas de forma consciente e responsável, avaliando os benefícios e as conseqüências que podem afetar a todos os elementos que compõem o ambiente onde estão inseridas.

Nichels e Wood (1999, p.11) complementam o entendimento de Responsabilidade Social ao afirmar que a RSE “é a idéia de que uma organização deveria olhar além de seus próprios interesses e dar uma contribuição para a sociedade”.

O lucro passa a deixar de ser o principal diferencial das empresas, estas mudaram seus hábitos e desenvolveram atitudes que além de gerar lucros beneficiam aqueles que a compõem.

Este entendimento é recente, pois a introdução da Responsabilidade Social nas empresas surgiu a pouco mais de cinco décadas nos Estados Unidos durante a Guerra do Vietnã quando se iniciaram os primeiros questionamentos a respeito das informações sobre salários e condições de emprego nas empresas. (LUCA, 1998)

Isso se explica a partir da visão de Peixe (2000 apud CUNHA, 2002, p. 08) quando explica que:

Nos Estados Unidos da America, a partir da década de 1960, com a Guerra do Vietnã, sob a administração do Presidente Nixon, causaram profunda insatisfação popular, fazendo com que a sociedade se manifestasse e repudiasse tal disputa. O uso de armamentos sofisticados (bombas de fragmentação, gases paralisantes, etc.), fabricados pelas empresa norte – americanas, que prejudicavam o homem e o meio ambiente, bem como a persistência na discriminação da raça, das mulheres no emprego, fizeram com que as empresas

começassem a apresentar relatórios prestando contas à sociedade dos resultados de suas políticas sociais e de meio ambiente.

Com as diversas pressões sociais ocorridas nos Estados Unidos nos anos 60, devido à participação na Guerra do Vietnã, a sociedade passou a cobrar informações em relação às ações sociais praticadas pelas entidades em favor da empresa, da sociedade e do meio ambiente. (KROETZ, 2001)

Iniciou-se então um movimento da sociedade em busca de maiores informações sobre as questões sociais resultantes das atividades das empresas.

As mudanças na mentalidade das empresas no Brasil em relação à RSE podem ser verificadas segundo Torres (2003 apud COSTA 2005 p. 19) a partir,

da “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). No início dos anos 80 a Fundação Instituto de Desenvolvimento e Empresarial Social (FIDES) elabora um modelo de relatório que representava as ações sociais das empresas, mas não obteve muito êxito. Somente em 1990 as empresas passaram a compreender a verdadeira importância praticas e divulgações das informações de cunho social que praticavam.

De acordo com o Responsabilidade Social (2010) somente na década de 90 o movimento de apoio a RSE ganha força no Brasil, conseqüência do aparecimento de um sem – numero de organizações não governamentais.

Após a década de 90, diversas organizações passaram a promover incentivos à divulgação das atividades dirigidas aos seus empregados, investidores e sociedade exigindo transparência e responsabilidade social.

Esta mudança na postura das empresas tornou-se um diferencial para a competitividade nos negócios. A competitividade nas empresas era medida pelo valor do produto. Hoje não basta apenas a empresa apresentar um ótimo preço, a sociedade busca também empresas que estejam preocupadas com as questões sociais e ambientais que possam vir à afeta-la.

A Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão onde a empresa demonstra seu compromisso com as pessoas (funcionários, clientes e sociedade) e meio ambiente, tornando transparentes as ações praticadas com o intuito de promover as transformações na sociedade que poderão assim resultar na redução das desigualdades.

Para disponibilizar com clareza para a sociedade as ações praticadas, as empresas utilizam-se do Balanço Social.

2.1.2 Entidades disseminadoras da Responsabilidade Social e do Balanço Social

No Brasil, existem diversas organizações preocupadas em estreitar os laços entre a sociedade e as empresas, como o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2010).

O IBASE (2009), fundado em 1981, pelo sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, vem buscando ao longo destes anos, conscientizar a sociedade e os empresários da importância da responsabilidade social e sua divulgação. Estas propostas iniciaram-se e tornaram-se mais visíveis após a difusão em 1997 de uma campanha para a divulgação voluntária do balanço social. (IBASE, 2009)

O IBASE desenvolve diversos projetos de cunho social e ambiental desejando tornar a sociedade mais democrática e humana. Um de seus maiores projetos é a disseminação do Balanço Social como ferramenta para a transparência na divulgação das ações sociais praticadas pelas empresas. Segundo o próprio Ibase (2009) o Balanço Social tem o objetivo de ajudar as organizações e movimentos sociais no entendimento e acompanhamento de indicadores que possam construir um mundo cada vez mais justo e sustentável. Estes são instrumentos sintetizadores de informações que visam enfatizá-las.

O Instituto Ethos é outra organização que possui como missão ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, a fim de torná-las parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa. (INSTITUTO ETHOS, 2010)

2.2 BALANÇO SOCIAL

A Responsabilidade Social Empresarial é forma das empresas estreitarem a relação com a sociedade, demonstrando seu comprometimento. O balanço social é a instrumento para dar transparência deste comprometimento.

2.2.1 Surgimento e Evolução do Balanço Social

Os descontentamentos da sociedade com a forma de atuação das empresas provocaram mudanças na mentalidade da sociedade, que passaram a exigir das empresas uma visão mais social e humana nas relações empresa versus sociedade.

Desde o início do século XX falava-se na relação empresa versus ações sociais, mas somente na década de 60 nos Estados Unidos após a Guerra do Vietnã a responsabilidade social empresarial ganhou força, e a pressão feita pela sociedade para ter um instrumento que demonstrasse as ações praticadas pelas empresas em favor da sociedade, tornou a idéia de um relatório social ou balanço social uma realidade (TINOCO, 2009).

Carvalho (apud KROETZ, 2000, p.55) ressalta que:

Este novo instrumento parece ter sua origem no EUA, no final dos anos 60, precisamente como resposta empresarial à um movimento progressivamente contestatório e imerso na escala de valores peculiar da vida norte – americana, que chega a pôr em causa o valor das organizações relativamente ao seu contributo para o meio que se insere.

Nesse sentido, o balanço social surge a partir da preocupação das empresas em prestar contas de suas atividades no campo social.

Kroetz (2000, p.78) complementa ao dizer que:

O Balanço Social teve sua origem, não só nas pressões sociais, mas também na intenção das entidades em alcançar determinados objetivos, constituindo-se em um instrumento gerencial de identificação de problemas e oportunidades e conseqüentemente, de apoio para a administração.

Mesmo possuindo a função principal de evidenciar a responsabilidade social, o balanço social aparece como uma ferramenta de gestão auxiliando os administradores nas identificações de problemas e conseqüentes soluções.

Anos mais tarde França e Alemanha desenvolvem diversos estudos acerca de modelos de balanço social, tendo a França como pioneira na divulgação do BS na década de 1970 instituindo em 1977 a Lei n.77.769 que veio a ser conhecida como a Lei do Balanço Social. (CUSTÓDIO E MOYA, 2007)

Reis e Medeiros (2009, p. 42) reforçam esta versão ao relatarem que:

No inicio dos anos 70, o Institut de l'Entrepise, em colaboração com uma equipe de investigadores dirigida por Alian Chevalier, concebeu inicialmente o Balanço Social [...]. Nesse contexto foi promulgada a Lei n. 77.769 de 12 julho de 1977(*relative au bilan social de l'entrepise*), conhecida como *Rapport Sudreau*, tornando obrigatória a realização de Balanços periódicos para todas as empresas e estabelecimentos que possuem um número de funcionários superior a 299.

Após essa lei, outros países da Europa, tais como Alemanha, Bélgica e Portugal passaram a exigir a elaboração de tal demonstrativo.

Consoante ao levantamento histórico de Custódio e Moyá (2007) no Brasil os primeiros indícios da preocupação a respeito da responsabilidade social pelas empresas estão evidenciados na “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada em 1965 pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil - ADCE Brasil.

Na década de 1980 a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) elaborou um modelo de balanço social, mas somente em 1984 a empresa Nitrofértil instalada na Bahia publicou um documento considerado o primeiro balanço social.

Porém, segundo o IBASE (2009) a década de 1990 no Brasil:

[...]marcou o período do surgimento e da consolidação de diversas organizações que se institucionalizaram para promover o tema da responsabilidade social empresarial. Foi quando o amadurecimento da idéia de “responsabilidade social das empresas” e da necessidade de realização e publicação de balanço social anual na cultura das organizações empresariais brasileiras sofreu diversas influências nacionais e internacionais.

Mas, somente em 1997 com uma campanha o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, juntamente com o IBASE, divulgou a idéia da publicação anual do Balanço Social para as empresas, fazendo com que os empresários assumissem sua participação com a responsabilidade social.

O Guia para a Elaboração do Balanço Social 2006 divulgado pelo Instituto Ethos apresenta os principais fatos que marcaram o surgimento e a evolução do BS e estão evidenciados no ANEXO B.

2.2.2 Conceito de Balanço Social

Com o intuito de tornar públicas as ações de cunho social, realizadas em prol da sociedade e meio ambiente as empresas passaram a adotar como ferramenta o balanço social.

Na visão de Araújo (2001, p.79 apud ELEUTÉRIO 2002 p.26) “o balanço social é uma demonstração do lado social e humano da empresa, da Responsabilidade Social e do compromisso da entidade com as gerações presentes e futuras”. O balanço social aparece como uma ferramenta empresarial para divulgar seu engajamento com a responsabilidade social.

Para Ferreira (2009 p. 22) “O balanço social é considerado uma demonstração contábil de responsabilidade dos profissionais de diversas áreas, onde são apresentadas informações de caráter patrimonial, administrativo, econômico, social, ecológico e outras”, sendo utilizado também como um poderoso instrumento de gestão.

Balanço Social na ótica de Cappellin e Guiliani (1999, p.10):

“é um documento que reúne um conjunto de informações sobre as atividades da empresa orientada para melhor gerencia dos recursos humanos e naturais e das relações com seus *partners*¹ externos. É antes de tudo, um instrumento capaz de aperfeiçoar o planejamento da própria”.

Este reúne e sistematiza as informações das ações sociais desenvolvidas pelas empresas em um documento público para divulgação.

Para o Ibase (2010) o balanço social tem a seguinte conceituação:

¹ Partners – termo em inglês que significa parceiros. . (ENCICLOPÉDIA ON LINE DA LINGUA PORTUGUESA WIKIPÉDIA)

O balanço social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa. [...]

O balanço social é uma ferramenta que, quando construída por múltiplos profissionais, tem a capacidade de explicitar e medir a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta.

O balanço social possui a função de reunir as ações e projetos de cunho econômico e social desenvolvidos por uma entidade ao longo de um ano, a fim de evidenciá-las.

Sob o ponto de vista de Kroetz (2000, p.136), “o balanço social representa a demonstração dos gastos e das repercussões favoráveis e desfavoráveis recebidas e transmitidas pela empresa na promoção humana”. Intencionando mostrar os valores investidos no campo social o balanço social aparece como uma ferramenta de divulgação.

Esse mesmo autor ainda complementa seu entendimento de balanço social ao dizer que este trata-se de uma demonstração onde são evidenciados os gastos empregados na promoção humana, social e ecológica, repassando estas informações para todos os com que interage, como gestores, empregados e à comunidade.(KROETZ, 2000)

Ribeiro e Lisboa (1999 apud VITALI 2002, p. 17) referem-se ao balanço social como “um instrumento de informação da empresa para a sociedade, por meio do qual deve ser explicitada a justificativa da sua existência”. As empresas utilizam-se do balanço social para demonstrar o desenvolvimento da sua realidade social.

Para Melo Neto (1999) o balanço social é um instrumento que avalia o desempenho social da empresa, demonstrando as ações que esta desenvolveu durante o ano e os valores investidos.

Este instrumento apresenta-se como forma de aproximar as empresas e a sociedade, pois dá transparência as atividades que aquela executa em favor do social.

O Instituto Ethos (2010) reforça este entendimento quando define o balanço social sendo:

Um meio de dar transparência às atividades corporativas, de modo a ampliar o diálogo da organização com a sociedade. É também uma ferramenta de gestão da responsabilidade social, pela qual a empresa entende de que forma sua gestão atende à sua visão e a seus compromissos estabelecidos em relação ao tema da RSE, e em direção à sustentabilidade.

Com a crescente cobrança da sociedade para que as empresas façam sua parte para o desenvolvimento social, o BS surge como um modo de explicitar para a sociedade a contribuição social desenvolvida pelas empresas.

Segundo Gelbcke, Iudícibus e Martins (2000) o BS busca prestar contas à sociedade quanto ao grau de responsabilidade social desenvolvido pela entidade, reunindo todas as informações relevantes acerca da utilização dos recursos naturais utilizados para desenvolvimento de suas atividades principais.

Com todos estes entendimentos acerca do conceito de balanço social entende-se que o balanço social é uma ferramenta de gestão, que demonstra as informações sociais, ambientais, econômico – financeiras e outras, das empresas, buscando informar aos seus usuários as ações realizadas em favor da sociedade e meio ambiente a fim de ampliar as relações com a sociedade em que estão inseridas.

De acordo com Kroetz (2000 p.79) o BS nas suas demonstrações possui os seguintes objetivos:

- a) revelar, conjuntamente com as demais demonstrações contábeis, a solidez da estratégia de sobrevivência e crescimento da entidade;
- b) evidenciar com indicadores, as contribuições à qualidade de vida da população;
- c) abranger o universo das interações sociais entre: clientes, fornecedores, associações, governo, acionistas, investidores, universidade e outros;
- d) apresentar os investimentos no desenvolvimento de pesquisas e tecnologias;
- e) formar um banco de dados confiável para a análise e tomada de decisão dos mais diversos usuários;
- f) ampliar o grau de confiança da sociedade na entidade;
- g) contribuir para a implementação e manutenção de processos de qualidade, sendo a própria demonstração do Balanço Social um parâmetro para tal;

- h) medir os impactos das informações apresentadas no Balanço Social perante a comunidade dos negócios; no amanhã da entidade; na marca/goodwill, na imagem do negócio;
- i) verificar a participação do quadro funcional no processo de gestão (fase da gestão participativa);
- j) servir de instrumento para negociações laborais entre a direção da entidade e sindicatos ou representantes dos funcionários;
- k) melhorar o sistema de controle interno, permitindo qualificar o ambiente organizacional, numa perspectiva de confirmar a regularidade da gestão identificada com o gerenciamento social e ecologicamente correto;
- l) clarificar os objetivos e as políticas administrativas, julgando a administração não apenas em função do resultado econômico, mas também dos resultados sociais.

Sendo assim, no Balanço Social estão evidenciadas as ações a favor da responsabilidade social, os investimentos realizados em P & D, informações a ser utilizadas na tomada de decisão, dados que possam ser utilizados para negociações com funcionários e sindicatos, entre outras informações que transmitem à sociedade e demais interessados a verdadeira missão da empresa.

2.2.3 Usuários do Balanço Social

A contabilidade como um todo atende a diversos usuários, e são estes que também se utilizarão das informações contidas nos relatórios gerados por essa.

O balanço social por ser um instrumento da contabilidade onde a empresa demonstra seus dados qualitativos e quantitativos, monetários e sociais também atenderá a diversos usuários cada qual com seus interesses e objetivos particulares.

Para Kroetz (2000, p.84) “A construção da proposta do Balanço Social deve observar os requisitos solicitados pelos mais diversos usuários, ou seja, para servir como um instrumento capaz de agregar valor, causar surpresa e desencadear ações”.

Assim, o BS deve ser desenvolvido fundamentando-se nas necessidades e/ou interesses solicitados por seus diversos usuários.

O BS é uma ferramenta de gestão tão abrangente que possui desde usuários internos tais como colaboradores, acionistas como também externos como clientes e a sociedade.

Compartilhando dos entendimentos de Kroetz (2000) acerca dos usuários do BS e seus interesses neste podemos agrupá-los de acordo com os interesses e/ou objetivos.

Os clientes e fornecedores possuem como interesse conhecer as políticas da entidade, as ações praticadas por ela em favor de seus colaboradores e meio ambiente, permitindo assim traçarem o perfil da empresa, aumentando a confiabilidade para manterem os negócios.

Os acionistas, diretores e administradores utilizam as informações contidas no BS como complemento das demonstrações contábeis e financeiras, permitindo maior segurança na tomada de decisão em relação aos investimentos realizados e decisões a serem tomadas.

Para os colaboradores, sociedade e sindicatos as informações servem para terem conhecimento das ações sociais praticadas pela empresa em favor de seus colaboradores e sociedade, podendo ser utilizadas também como subsídios para reclamações nas negociações com a empresa e verificação de possíveis abusos praticados contra o meio ambiente e sociedade.

Por fim, para o Estado o BS propiciaria a formação de um banco de dados que poderia ser utilizado como base para geração de informações que permitiriam fazer levantamentos a respeito das ações e atividades desenvolvidas pela empresa.

Betinho (apud TINOCO 2009, p.135) resumiu as várias utilidades que o BS proporciona aos seus usuários:

O balanço social atende a todos. Para os dirigentes, oferece os elementos essenciais para as decisões sobre programas e responsabilidades sociais que a empresa venha a desenvolver. Os empregados têm a garantia de que as expectativas cheguem até os padrões de uma maneira sistematizada e quantificada. Os fornecedores e investidores passam a conhecer a maneira como a empresa encara responsabilidades em relação ao quadro humano, o que representa um indicador de como a empresa é administrada.

Desse modo, podemos verificar que o BS é utilizado por diversos usuários para a obtenção de informações das ações em especial de cunho social

praticadas pelas empresas, com o intuito de tomarem decisões ou apenas se interessarem do perfil da empresa em que pretendem ou estão envolvidas.

2.2.4 **Obrigatoriedade do Balanço Social**

A publicação do Balanço Social no Brasil ainda não é obrigatória, e em torno deste impasse há uma forte discussão.

Para Tinoco (2009) as maiores polêmicas envolvendo o BS seria a sua obrigatoriedade, pois muitas empresas têm receio de que a utilização do BS acarrete em novos gastos, além de repassar para as concorrentes informações estratégicas das empresas.

Na opinião de Kroetz (2000, p.137) “a divulgação espontânea seria, com certeza, o plano ideal, porém existe o temor de que isso jamais venha a ocorrer, pois muitos empresários não têm interesse em publicar o Balanço Social”.

Muitas empresas acreditam que a obrigatoriedade da utilização e publicação do BS criaria uma obrigação da empresa para com a sociedade de realizar cada vez mais ações sociais para benefício de seus colaboradores e meio ambiente, acarretando em aumento dos gastos. Para elas esta decisão deveria ser tomada de forma espontânea por parte da empresa e não de forma obrigatória determinada por lei.

O Ibase (2009), também manifesta sua opinião contrária a obrigatoriedade do BS, pois afirma que as empresas devem desenvolver suas ações em proveito da sociedade de forma espontânea assim como a forma de sua divulgação.

Já segundo Tinoco (2009, p.135) a CVM é a favor da obrigatoriedade do BS, pois na década de 90 “sob a forma de uma minuta de instrução, propôs a apresentação obrigatória do Balanço Social”.

Em 1997, as então deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling apresentaram o Projeto de Lei nº. 3116 que estabelece a obrigatoriedade da publicação do Balanço Social, mas atualmente esse Projeto de Lei ainda tramita no Congresso Nacional.

Mesmo não existindo uma Lei nacional regulamentadora do BS, algumas empresas vêm publicando seus Balanços Sociais de forma espontânea, a fim de demonstrar seu compromisso e respeito com a sociedade.

De um modo geral, podemos observar a grande importância da publicação do Balanço Social por parte das empresas para ajudar a construir uma sociedade cada vez mais transparente.

2.2.5 Modelo de Balanço Social proposto pelo IBASE

O modelo de balanço social do IBASE tornou-se conhecido em junho 1997 quando o sociólogo Betinho a frente do IBASE lançou uma campanha de divulgação voluntária do balanço social. (IBASE, 2009)

O modelo de BS proposto pelo IBASE constitui uma planilha onde constam os indicadores financeiros e quantitativos referentes às ações e informações de cunho social, ambiental e financeiro. De fácil preenchimento, permite a comparação com os balanços sociais de outros anos e outras empresas.

No ANEXO A, é apresentado o modelo de Balanço Social para as empresas do Terceiro Setor ²proposto pelo Instituto IBASE.

No modelo de Balanço Social proposto pelo IBASE, são descritos os seguintes indicadores e informações:

1. Identificação da instituição - contempla as informações a respeito da instituição, tais como o nome da instituição, natureza jurídica, certificações e registros, a qualificação quanto a OSCIP;
2. Origem dos recursos (financeiro) - abordam-se os diversos tipos de receitas que a instituição pode receber. Os recursos provenientes do governo, doações de pessoas jurídicas, doações de pessoas físicas, contribuições, patrocínios, cooperação internacional, prestações de serviços e/ou venda de

² Terceiro Setor - é o conjunto de agentes privados com fins públicos, cujos programas visam atender direitos sociais básicos e combater a exclusão social e, mais recentemente, proteger o patrimônio ecológico. (ENCICLOPÉDIA DA LÍNGUA PORTUGUESA WIKIPÉDIA)

produtos e outras receitas que possam vir a acrescentar a receita total da instituição;

3. Aplicação dos recursos (financeiro) - engloba as despesas totais que a instituição pode vir a ter com projetos, programas e ações sociais, despesas com pessoal e despesas diversas (despesas operacionais, impostos e taxas, financeiras, despesas de capital e outras despesas) a fim de saber onde os recursos são aplicados;

4. Indicadores Sociais Internos (financeiro) – são relacionados os benefícios disponíveis para seu quadro funcional, como capacitação, educação, saúde, dentre outros;

5. Projetos, ações e contribuições para a sociedade (financeiro) – neste item são relacionados às ações praticadas pela instituição;

6. Outros indicadores (financeiro/quantitativo)– utilizado para as instituições de ensino para evidenciar o numero de alunos e os valores das bolsas de estudos;

7. Indicadores de Corpo Funcional (financeiro/quantitativo) – informações quantitativas anuais do quadro funcional da empresa;

8. Qualificação do Corpo Funcional (quantitativo) – informações quantitativas a respeito da qualificação do quadro funcional da empresa;

9. Informações relevantes quanto a ética, transparência e responsabilidade social (quantitativo) - estão relacionados os seguintes itens: a relação entre a maior e menor remuneração na empresa, o processo de admissão dos empregados, os critérios para formação de parcerias, a ocorrência da participação dos colaboradores no planejamento da instituição, os processos nas eleições de coordenadores e diretores da empresa e a existência de um conselho de ética na organização; e

10. Outras informações - é um campo destinado para que a empresa coloque informações que achar relevante.

O modelo de BS sugerido pelo IBASE reúne “um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos colaboradores, meio ambiente e à comunidade, aprimorando assim as praticas da transparência e da responsabilidade social. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa”. (IBASE, 2009)

Através deste modelo seus usuários terão conhecimento das ações sociais e ambientais realizadas no ano, demonstrando seu exercício da responsabilidade social de forma simples e objetiva.

2.2.6 Modelo de Balanço Social ou Relatório de Sustentabilidade proposto pelo Instituto Ethos

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social publica ao longo de sete anos o Guia de Elaboração do Balanço Social (ANEXO B) que visa informar as empresas quais os indicadores de suma relevância devem constar na elaboração do balanço social, para dar maior transparência às informações das ações praticadas pelas empresas.

Segundo Instituto Ethos (2010) no balanço social “a empresa explica como se relaciona com seus profissionais, colaboradores, fornecedores e com a comunidade em que atua e o que faz em relação aos impactos que provoca”.

Trata-se de uma ferramenta de gestão, que ajuda a empresa a ampliar sua relação com aqueles que fazem parte dela direta ou indiretamente.

Segundo Custódio e Moyá (2007) o “balanço social é um levantamento dos principais indicadores de desempenho ambiental, econômico e social da empresa”. É com este pensamento que o Instituto Ethos desenvolveu os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial.

Para os mesmo autores (2007, p.3) os indicadores Ethos “representam o esforço do Instituto Ethos em oferecer as empresas uma ferramenta que auxilie no processo de aperfeiçoamento do seu comprometimento com a responsabilidade social e com o desenvolvimento sustentável”.

Estruturado em forma de questionário, o balanço social do Ethos buscam a avaliação do comportamento social empresarial, assim como uma ferramenta de avaliação e planejamento.

Para sua aplicação o Ethos sugere que sejam seguidos alguns passos, conforme mostrado na figura 2.

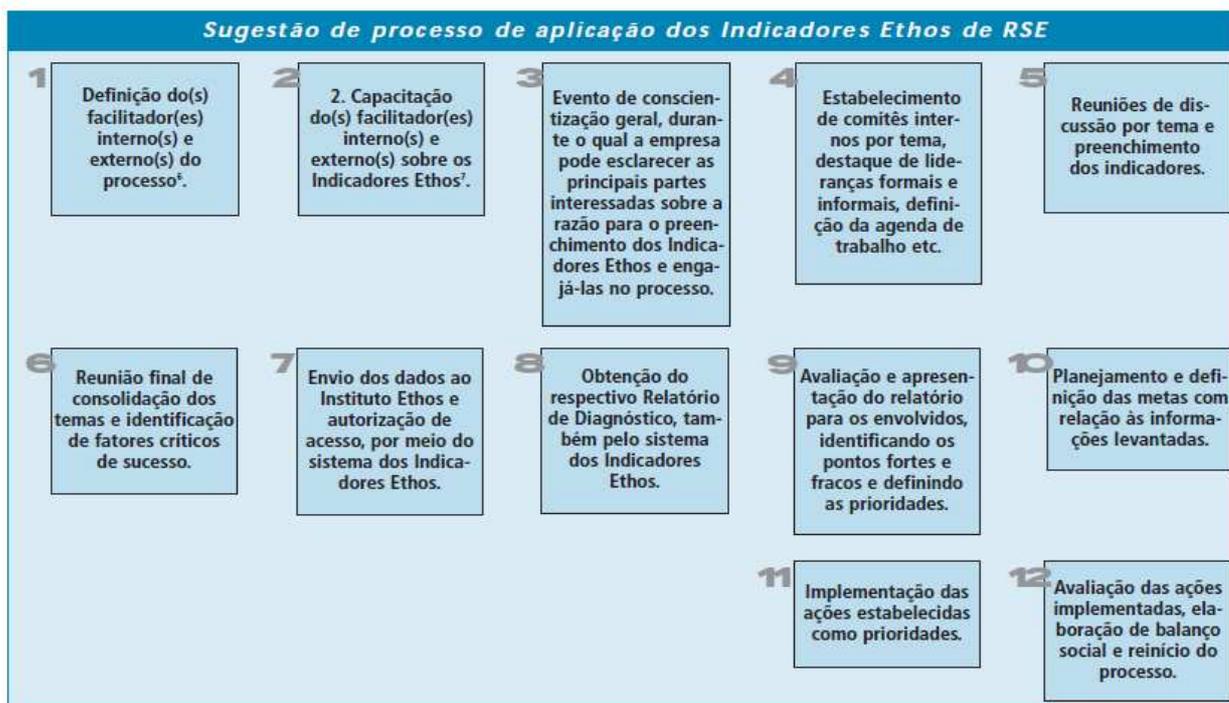


Figura 1 - Sugestões de processo de aplicação dos indicadores Ethos de RSE.

Fonte: Instituto Ethos

A proposta sugerida pelo Ethos de avaliação através do questionário composto de 40 indicadores que devem conter informações relevantes a respeito do temas com os quais se relacionam diretamente.

- Valores, transparência e governança – trata do compromisso ético da empresa, a cultura organizacional, a governança corporativa, o relacionamento com a concorrência, o engajamento com os *Stakeholders*³ e o entendimento a respeito do balanço social.
- Público interno – os compromissos da empresa com o futuro e desenvolvimento Infantil, com a equidade racial, com o desenvolvimento profissional, política de benefícios e de carreira, as relações com trabalhadores e sindicatos e os cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho;
- Meio ambiente – informações a respeito do compromisso ambiental aplicando a educação e conscientização ambiental;

³ Stakeholders - termo em inglês usado em administração que refere-se a qualquer pessoa ou entidade que afeta ou é afetada pelas atividades de uma empresa. (ENCICLOPÉDIA ON LINE DA LINGUA PORTUGUESA WIKIPÉDIA)

- Fornecedores – demonstra os critérios adotados para a seleção e avaliação dos fornecedores;
- Consumidores e clientes – são apontadas as políticas de comunicação, atendimento e gerenciamento adotadas;
- Comunidade – referem-se ao relacionamento da empresa com a comunidade de entorno, o envolvimento com as ações sociais e o gerenciamento do impacto da empresa na comunidade;
- Governo e sociedade – inclui as políticas desenvolvidas para a construção da cidadania.

De acordo com o Indicadores Ethos (2010) estes indicadores apresentam o desempenho econômico, social e ambiental das empresas, e serão formados por questões de profundidade, questões binárias e quantitativas.

As questões de profundidade ou indicador de profundidade – Permitem a avaliação atual da gestão da empresa.

Já as questões binárias ou indicador binário – são questões que servem para indicar quais as práticas que devem ser tomadas para melhorar a gestão dos negócios.

E por último as questões quantitativas ou indicador quantitativo – consiste no levantamento de dados quantitativos para melhor entendimento e avaliação.

O modelo da estrutura de um dos questionários é demonstrada na Figura 3.

tema → Público Interno
RESPEITO AO INDIVÍDUO

Subtema → Indicador 12 – Compromisso com a Não-Discriminação e Promoção da Equidade Racial²³

Indicador → Considerando a formação da sociedade brasileira e as persistentes desvantagens que caracterizam a situação da população negra (pretos e pardos) no país, a empresa:

Enunciado →

Segue rigorosamente a legislação em vigor que proíbe a discriminação racial no mundo do trabalho e assume intencionalmente uma postura contrária a qual quer tipo de preconceito em relação a todas as partes interessadas. Faz-se em certeza que a legislação seja cumprida rigorosamente também pelos empregados terceirizados.

Realiza como interno periódico para avaliar necessidades, situações ou áreas críticas em relação à equidade racial. Essas informações são utilizadas para subsidiar o planejamento de ações afirmativas, reforçar as campanhas de conscientização, revisar processos e políticas etc.

Pressupõe compromisso público de promover a equidade racial, materializada por meio de políticas formais de gestão de pessoas que priorizam a equidade e pela promoção de ações afirmativas para garantir oportunidades iguais para negros nos processos de admissão, promoção e mobilidade interna.

Além de manter programas de desenvolvimento profissional, coaching e mentoring voltados para empregados negros, estimula a promoção da equidade racial através de ações produtivas e investe em programas para a comunidade que tenham o mesmo objetivo, contribuindo na conscientização da sociedade sobre o tema.

Indicadores de Profundidade →

Estágios →

Indicadores Binários →

Indicadores Quantitativos →

INFORMAÇÕES ADICIONAIS		SIM	NÃO	
12.1.	A política de promoção da equidade e não-discriminação racial é formal e consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12.2.	Da política de promoção da equidade e não-discriminação racial desmem procedimentos específicos para melhorar a qualificação e o desenvolvimento na carreira de empregados negros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12.3.	A política de promoção da equidade e não-discriminação racial é explícita no que se refere a salários e benefícios, previdência privada e acesso a treinamentos e bolsas de estudos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12.4.	A empresa realiza campanhas internas de conscientização (seminários, fóruns ou encontros específicos) para melhorar a compreensão de seus empregados sobre a importância da equidade e não-discriminação racial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12.5.	A empresa tem metas para promover a equidade racial nos processos de admissão, promoção e treinamento, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12.6.	A política de promoção da equidade e não-discriminação racial garante a participação de negros nos processos decisórios e na gestão, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas da empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12.7.	A promoção da equidade e não-discriminação racial é uma das dimensões da política de comunicação estratégica da empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12.8.	A política de comunicação comercial tem como premissa não utilizar imagens ou situações que atenten contra a dignidade dos negros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		2006	2007	2008
12.9.	Percentual de negros (homens e mulheres) em relação ao total de empregados			
12.10.	Percentual de mulheres negras em relação ao total de mulheres na empresa			
12.11.	Percentual de mulheres negras em cargos executivos em relação ao total de cargos executivos disponíveis			
12.12.	Percentual de mulheres negras em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos de coordenação e chefia disponíveis			

Figura 2 - Estrutura modelo questionário Indicadores Ethos

Fonte: Instituto Ethos

O questionário dos indicadores deverá ser enviado ao Instituto Ethos, através do Portal dos Indicadores para que os dados sejam analisados e transformados em notas a serem apresentadas no Relatório de Diagnóstico, que corresponde a um relatório de avaliação do desempenho das empresas, onde as mesmas serão classificadas ou não na categoria de *benchmarking*⁴. A avaliação

⁴ Benchmarking- Processo contínuo e sistemático que permite a comparação das performances das organizações e respectivas funções ou processos face ao que é considerado "o melhor nível", visando não apenas a equiparação dos níveis de performance, mas também a sua ultrapassagem. (ENCICLOPÉDIA ON LINE DA LINGUA PORTUGUESA WIKIPÉDIA)

realizada pelo Instituto Ethos é gratuita e confidencial. (CUSTÓDIO E MOYA, 2007)

O modelo de BS sugerido pelo Instituto Ethos é uma ferramenta de gestão que apresenta os principais indicadores da Responsabilidade Social.

2.3 OSCIP – ORGANIZAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL DE INTERESSE PÚBLICO

O entendimento do termo OSCIP, ainda causa confusão, por acharem se tratar de uma instituição absoluta, mas na verdade é um tipo de qualificação atribuída às empresas do Terceiro Setor embasada na Lei nº. 9790⁵ de 23 de março de 1999. (SEBRAE, 2010).

A sigla OSCIP significa Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, e qualifica as organizações sem fins lucrativos e não governamentais que têm como objetivo gerar serviços de caráter público através de parcerias com governos e outros órgãos.

A Lei n.9790 ou Lei das OSCIP's como também é conhecida, qualifica as pessoas jurídicas cuja atuação se dá no meio público não estatal.

Segundo Carvalho e Peixoto (2008 p.27):

A Lei 9790 de 23 de março de 1999, criou a figura das organizações da sociedade civil de interesse público, que significa uma qualificação prevista na lei e concedida pelo Ministério da Justiça às pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, que cumpram com os requisitos legais para se qualificarem como OSCIP.

As pessoas jurídicas de direito privado interessadas em buscar a qualificação como OSCIP devem buscar na Lei n. 9790 os requisitos indispensáveis instituídos por esta.

De acordo com o artigo 1º da Lei n. 9790 de 23/03/99 “Podem qualificar-se como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público as pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, desde que os respectivos objetivos sociais e normas estatutárias atendam aos requisitos instituídos por esta Lei”.

Por objetivar o fortalecimento do Terceiro Setor a referida lei estabeleceu diversos requisitos, a fim de que apenas as pessoas jurídicas com finalidades realmente públicas possam obter esta qualificação.

Ainda na Lei n. 9790/99 agora no art. 3º [...] somente será conferida às pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, cujos objetivos sociais tenham pelo menos algumas das finalidades descritas na lei:

Art. 3º da Lei n. 9790/99:

- I- a promoção da assistência social;
- II - promoção da cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico;
- III- promoção gratuita da educação, observando-se a forma complementar de participação das organizações de que trata esta Lei;
- IV- promoção gratuita da saúde, observando-se a forma complementar de participação das organizações de que trata esta Lei;
- V - promoção da segurança alimentar e nutricional;
- VI- defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável;
- VII- promoção do voluntariado;
- VIII- promoção do desenvolvimento econômico e social e combate à pobreza;
- IX- experimentação, não lucrativa, de novos modelos sócio-produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito;
- X- promoção de direitos estabelecidos, construção de novos direitos e assessoria jurídica gratuita de caráter suplementar;
- XI- promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos, da democracia e de outros valores universais;
- XII- estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos que digam respeito às atividades mencionadas neste artigo.

⁵ Lei n. 9790/99 – Lei das OSCIPs - dispõe acerca da qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, institui e disciplina o Termo de Parceria, e dá outras providências.

Cumprido ao menos um dos requisitos exigidos pela Lei n. 9790/99 a organização poderá dar seguimento a solicitação de qualificação de OSCIP.

Conforme o art. 5º da Lei n. 9790/99 cumpridos os requisitos estabelecidos nos art. 3º e 4º a entidade que desejar se qualificar como OSCIP deverá requerir junto ao Ministério da Justiça anexando ao mesmo cópia autenticada dos seguintes documentos:

- I – Estatuto registrado em Cartório;
- II – Ata de eleição de sua atual diretoria;
- III – Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício;
- IV – Declaração de isenção do Imposto de Renda;
- V – Inscrição no Cadastro Geral de Contribuintes.

A empresa só obterá a qualificação de OSCIP após a análise e aprovação do estatuto da instituição pelo Ministério da Justiça assim como os demais documentos apresentados.

Regules (2006, p.146) enfatiza que “ somente o reconhecimento estatal, após a existencia da pessoa jurídica, poderá atribuir a determinada entidade social o título jurídico especial de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público”. Cabe ao Ministério da Justiça deferir ou não o pedido de qualificação.

Ainda segundo Regules (2006, p.147) “ a concepção da OSCIP propriamente dita ocorre mediante ato de reconhecimento pelo Poder Público” [...]

Ser uma OSCIP é uma opção institucional, não uma obrigação, cabe a entidade a ser constituída querer ter esta qualificação e buscar cumprir os requisitos exigidos pela lei.

3 ESTUDO DE CASO

Neste capítulo apresenta-se um breve histórico do Instituto de Estudos Avançados – IEA no qual realizou-se o estudo de caso, bem como o modelo proposto de balanço social para esta organização.

3.1 APRESENTAÇÃO DO INSTITUTO DE ESTUDOS AVANÇADOS – IEA

De acordo com o site do Instituto de Estudos Avançados – IEA, desde a sua fundação em 1995, em Florianópolis, vem oferecendo soluções na área de Educação à Distância, Inteligência Competitiva e Comunicação Digital, exercendo a inclusão educacional.

Reconhecido nacionalmente, o IEA desenvolve produtos didáticos para *e-learning*, programas de formação, cursos e seminários presenciais e a distância, além de realizar consultorias.

Os serviços e produtos desenvolvidos pelo IEA moldam-se as necessidades de cada cliente, utilizando-se de diversas metodologias de ensino-aprendizagem, colaboradores experientes e capacitados em diversas áreas, garantindo a excelência nas soluções.

Segundo o IEA (2009) a sua missão é “oferecer aos seus clientes possibilidades de acesso à formação e informação, por meio do uso intensivo de tecnologias de comunicação”.

Assim, o IEA (2009) realiza cursos gratuitos e pagos disponibilizados através de ensino à distância, oferecendo uma equipe multidisciplinar de especialistas em diversas áreas do conhecimento a fim de dispor seus serviços àqueles que buscam excelência em EAD, abreviando cada vez mais a distância entre o conhecimento e as pessoas.

Não esquecendo a responsabilidade social, o IEA pratica ações em favor de seus colaboradores, sociedade e meio ambiente o que enobrece ainda mais sua trajetória.

Em seus 15 anos de atuação comprovando a qualidade dos seus serviços o IEA recebeu diversos prêmios (IEA, 2009):

- 1999 - Título de Empresa Cidadã da Associação de Dirigente de Vendas e Marketing do Brasil na categoria de preservação ambiental, com o case vencedor “Projeto de Educação Ambiental do IEA
- 2004 - Prêmio Nacional de Excelência em Educação à Distância da ABED/EMBRATEL, pela concepção, desenvolvimento e operacionalização do curso “Iniciando um Pequeno Grande Negócio
- 2006 - Prêmio E-Learning Brasil, na área de educação para o empreendedorismo, pelo desenvolvimento do inovador Programa de Auto-Atendimento Negócio Certo SEBRAE
- 2007 - Prêmio Top de Marketing da ADVB com a campanha de divulgação do Programa de Auto-Atendimento Negócio Certo SEBRAE mixando a comunicação tradicional com a comunicação digital.
- 2009 - Primeiro lugar na categoria “Solução Caráter Social” no II Premio APeL a la Excelencia en E-learning 2009 (APeL - Asociación de Proveedores de e-Learning da Espanha)
- Primeiro lugar no Premio IEL Estadual de Melhor Empresa para estágio e o 3º lugar no Premio IEL Nacional de Melhor Empresa para Estágio.

Estes prêmios comprovam a excelência dos serviços prestados e seu engajamento nas questões de responsabilidade social.

Além dos prêmios, conta com quatro obras publicadas, Iniciando seu Próprio Negócio(1997), Manual do Moderador – facilitando a aprendizagem de adultos (2002), Viagem ao Mundo do Empreendedorismo(2003) e Educação a distancia sem segredos (2009).

O IEA além dos livros, publica anualmente artigos científicos em revistas e congressos nacionais e internacionais nas áreas de educação à distância, tecnologia da informação e comunicação, gestão de conhecimento e comunidades virtuais de aprendizagem.

O IEA vem, através de o ensino à distância, auxiliar no desenvolvimento social.

3.2 INSTITUTO DE ESTUDOS AVANÇADOS SOCIAL - IEA SOCIAL

Na busca de uma sociedade mais justa, em 2007 o Instituto de Estudos Avançados criou o grupo IEA Social, equipe formada por colaboradores do IEA que, motivados pelo desejo pessoal de contribuir socialmente, encontraram na empresa, parceria e respaldo para a realização de ações sociais.

O IEA Social tem como propósito a realização de ações que visem o estímulo do exercício da cidadania, emancipação do sujeito e protagonismo social. (IEA, 2009)

Consciente de sua responsabilidade social, o IEA Social em 2009 desenvolveu diversos projetos que beneficiaram seus colaboradores, comunidade e meio ambiente, realizando ações pontuais e continuadas, voltadas para o meio ambiente, educação e inclusão digital.

Ações pontuais como participação na campanha do agasalho, campanha de natal e doações de kits escolares para a Penitenciária de Florianópolis, foram ações realizadas em 2009 pelo IEA Social com o intuito de fazer um país mais social.

Em meados do mês de maio de 2009 o IEA doou para a Penitenciária de Florianópolis materiais escolares, onde foi oferecido para os detentos 300 kits para auxiliar nos cursos de ensino médio e fundamental desenvolvido dentro da Penitenciária. Em junho do mesmo ano com o slogan “Neste inverno, dê a mão a quem precisa” o IEA Social realizou a arrecadação de roupas de inverno que foram doadas para a campanha do agasalho. Esta campanha teve a fundamental participação de seus colaboradores.

Encerrando as ações pontuais do ano de 2009, o IEA promoveu a Campanha de Natal, iniciando com a doação de 100 cestas básicas para moradores carentes de locais próximos a sede da empresa, a adoção de cartinhas dos correios onde os colaboradores do IEA apadrinharam 20 crianças de creches carentes da cidade e presentearam-nas com brinquedos e roupas. Os idosos também foram beneficiados com esta campanha de natal, pois o IEA realizou uma confraternização em um asilo de Florianópolis e 41 idosos foram agraciados com presentes.

Ainda em 2009 iniciou também ações continuadas, como o projeto “Aprender Sempre”, projeto “Carbono Zero” e inclusão digital. Intuindo promover a inclusão social através da inclusão digital o IEA financia a disponibilização de acesso a link de internet para a Escola de Informática e Cidadania de Canasvieiras para suporte as atividades educacionais da escola, foram atendidos 98 alunos nos dois semestres de 2009.

Buscando promover a formação continuada de seus colaboradores foi criado o projeto “Aprender Sempre” onde através de cursos, oficinas e palestras socializa-se competências identificadas nas equipes da empresa repassando-as para os demais colegas de trabalho, formando assim uma equipe multidisciplinar.

O IEA desenvolve ainda ações ambientais, tais como reciclagem do lixo utilizado no instituto, utilização de folhas recicladas para uso interno além de desenvolver o projeto “Carbono Zero”, onde através da empresa Max Ambiental financiou a compra, plantio e cuidado de 71 árvores para neutralizar a quantidade de carbono emitida por seus colaboradores. Em contrapartida, por seu comprometimento com o meio ambiente recebeu o selo do Carbono Zero.

O IEA Social tem consciência que estas ações são apenas paliativas, suprimindo necessidades imediatas, mas representa os primeiros passos para a construção de uma sociedade mais justa, humana e solidária.

3.3 PROPOSTA DE BALANÇO SOCIAL

Atualmente no Brasil não há lei que padronize os procedimentos para a elaboração do balanço social, deixando a critério das empresas sua estruturação.

Conforme Kroetz (2000, p.127) “por não existir ainda uma metodologia padrão, utiliza-se da criatividade para preparar a demonstração, obtendo-se excelentes resultados, na grande maioria dos casos”.

De acordo com a sua realidade a organização escolhe a melhor forma de estruturar um modelo de BS que demonstre e evidencie para a sociedade a sua responsabilidade social.

O IEA busca uma forma de evidenciar de maneira transparente as suas ações para com seus colaboradores, sociedade e ambiente.

Baseado na fundamentação desenvolvida, a qual se objetivou evidenciar a importância do balanço social como demonstrativo da responsabilidade social empresarial (RSE) e o interesse do IEA em buscar uma ferramenta para evidenciar seu compromisso social, possibilitou adaptar um modelo de BS já existente adequando-o a realidade do IEA. O modelo utilizado como base para elaborar a proposta de balanço social a ser utilizado pelo IEA foi o modelo do IBASE para as empresas do Terceiro Setor apresentado no ANEXO A, necessitando suprimir alguns indicadores. Este modelo foi escolhido por já ser proposto para empresas do Terceiro Setor onde o IEA enquadra-se e por possuir indicadores dos quais representam o comprometimento do instituto com a responsabilidade social e a ética.

Para a elaboração e visualização do modelo proposto as informações foram obtidas através de análise do balancete de 2009 do instituto (ANEXO C) , bem como entrevista não estruturada (APÊNDICE A) realizadas com o contador do instituto, diretores de Recursos Humanos e Financeiro onde estes expuseram quais os anseios para o modelo do BS.

A organização ansiava um modelo de BS onde pudessem demonstrar suas informações financeiras e sociais, destacando os benefícios promovido para seus colaboradores, meio ambiente e sociedade.

Para tanto foram utilizadas informações fidedignas retiradas do balancete de 2009 (ANEXO C) do IEA e complementadas através dos questionamentos (APÊNDICE A) feitos. O resultado do balanço social elaborado pode ser verificado abaixo.

BALANÇO SOCIAL PROPOSTO		
1 - Identificação		
Nome da Instituição: INSTITUTO DE ESTUDOS AVANÇADOS - IEA CNPJ: 01.354.395/0001-93 Natureza Jurídica: (X) Associação () Fundação () Sociedade sem fins lucrativos?() não (X) sim De utilidade Pública: () não Se sim, (X) Federal () Estadual () Municipal Classificada como OSCIP? (X) sim () não		
2 - Origem dos Recursos	2009 (valores em reais)	%
Receitas Totais	R\$ 5.234.517,67	100%
Prestação de Serviços	R\$ 5.232.900,90	99,97%
Recursos governamentais	R\$ -	0%
Doações de pessoas jurídicas	R\$ -	0%
Doações de pessoas físicas	R\$ -	0%
Receita com Mensalidade de Associados	R\$ 1.040,00	0,02%
Receitas com venda de livros	R\$ 576,77	0,01%
3 - Aplicação de recursos	2009 (valores em reais)	%
Despesas Totais	R\$ 7.124.063,75	100%
Pessoal (salários + benefícios+ encargos)	R\$ 2.784.482,14	39,09%
Despesas diversas (a+b+c+d+e)	R\$ 4.339.581,61	
a. operacional	R\$ 4.114.181,96	57,75%
b. Impostos e Taxas	R\$ 18.947,09	0,27%
c. financeiras	R\$ 95.370,38	1,34%
d. Capital (maquinas/instalações/equipamentos)	R\$ 111.082,18	1,56%
e.Outras despesas relevantes	R\$ -	0,00%
4 - Indicadores sociais internos	2009 (valores em reais)	%
Ações e benefícios para colaboradores	R\$ 637.821,36	100%
Total indicadores internos		
Alimentação	R\$ 185.134,32	29,03%
Capacitação e Desenvolvimento Pessoal	R\$ 40.470,00	6,35%
Plano de Saúde médico/odontológico	R\$ 134.518,42	21,09%
Segurança e Medicina no Trabalho	R\$ 10.692,00	1,68%
Transporte	R\$ 33.492,52	5,25%
Bolsas de Estágios	R\$ 40.072,74	6,28%
Bolsas de Estudo	R\$ 103.045,36	16,16%
Cursos Idiomas	R\$ 48.130,00	7,55%
Saúde Ocupacional	R\$ 42.266,00	6,63%
5 - Indicadores de Corpo Funcional	2009	
Nº. de colaboradores(as) ao final do período	66	
Nº. total de admissões durante o período	18	
Nº. total de demissões durante o período	29	
Nº. de prestadores de serviço	4	
Nº. de estagiários	6	
Nº. de colaboradoras mulheres	39	
Salário médio das colaboradoras mulheres	R\$ 1917,33	
Idade média das colaboradoras mulheres	30 anos	
% mulheres em cargo de chefia	10%	

Nº. de colaboradores homens	27
Salário médio dos colaboradores homens	R\$2622,46
Idade média dos colaboradores homens	30 anos
% homens em cargo de chefia	6%
6 - Qualificação do corpo funcional	2009
Nº. de pós- graduados (mestres/doutores)	18
Nº. de graduados(as)	16
Nº. de graduandos (as)	26
Nº. de colaboradores com ensino médio	4
Nº. de colaboradores com ensino fundamental	2
Nº. de colaboradores não alfabetizados	0
Total colaboradores administrativo/financeiro	10
7 - Projetos, ações e contribuições para a sociedade e colaboradores	2009
CDI – Centro de Democratização da Informática	R\$ 1.440,00 Nº.pessoas beneficiadas: 98
Projeto Carbono Zero	R\$ 1587,50 Nº.pessoas beneficiadas: não mensurável
Campanha do Natal	R\$ 3.500,00 Nº.pessoas beneficiadas: 161
Campanha do Agasalho	Nº.pessoas beneficiadas: não mensurável
Penitenciária	R\$ 3.000,00 Nº.pessoas beneficiadas: 300
Projeto Aprender Sempre	Nº.pessoas beneficiadas:66 colaboradores
8 - Informações quanto à ética, transparência e responsabilidade social	2009
O processo de admissão dos colaboradores(as) é realizada por:	() indicação (X) seleção
Há participação dos colaboradores no planejamento estratégico da empresa	() não ocorre (X) sim, em nível de chefia () sim, em todos os níveis
A postura ética e de responsabilidade social é considerada na escolha de parceiros	() não são considerados (X) são sugeridos () são exigidos

Figura 3 - Modelo Proposto de Balanço Social

O balanço Social proposto, apresenta-se estruturado de forma a reunir as informações relevantes para o IEA, tais como receitas e despesas totais, valores despendidos com ações e benefícios para seus colaboradores, a composição e qualificação do corpo funcional, as ações e contribuições realizadas em favor da sociedade e por fim as informações relevantes a respeito da ética, transparência e responsabilidade social.

As contas que compõem o BS proposto seguem alguns critérios, a fim de torná-lo eficaz.

Para a composição das receitas totais optou-se pelos tipos de receitas que o IEA já recebeu ou tem possibilidades de receber, como as receitas por serviços realizados, recebimentos por doações de pessoas jurídicas e/ou físicas, receitas com mensalidades de associados (incluído no modelo proposto), receitas com vendas de livros (incluído no modelo proposto) e receitas provenientes de subvenções governamentais, excluindo os patrocínios, cooperações internacionais e contribuições, pois o IEA nunca recebeu estes tipos de recursos. Já os itens incluídos no modelo elaborado devem-se a sua recorrência, já que as receitas com mensalidades e venda de livros foi uma constante durante o ano de 2009.

No item aplicações de recursos todos os itens apresentados no modelo fornecido pelo IBASE foram em sua maioria mantidos, já que descrevem sucintamente as despesas que ocorrem no IEA, como as despesas com pessoal abrangendo os valores de folha de pagamento, benefícios e encargos, as despesas operacionais⁶, financeiras⁷ e com impostos e as de capital que são os dispêndios para o enriquecimento do patrimônio como aquisição máquinas, instalações e equipamentos. Desse item foi omitido apenas as despesas com projetos, programas e ações sociais, pois no indicador 7 estes valores já são apresentados.

A fim de evidenciar os benefícios disponíveis para seus colaboradores, foram elencados no item indicadores sociais internos todos os gastos realizados em 2009 com alimentação, capacitação e desenvolvimentos pessoal, plano de saúde médico e odontológico, segurança e medicina no trabalho, transporte, bolsas de estágio, bolsas de estudos, cursos de idioma e saúde ocupacional.

O IEA disponibiliza para seus colaboradores vale alimentação e refeição, investe em treinamento, cursos de capacitação e de idiomas, disponibiliza plano de saúde integral para os colaboradores, desenvolve programas de medicina preventiva e medicina ocupacional disponibilizando nutricionista, psicólogas e professores para realização de ginástica laboral diariamente e investe também na qualificação educacional de seus colaboradores subsidiando graduações e pós-

⁶ Despesas operacionais – são as despesas necessárias à atividade da empresa e a manutenção da respectiva fonte produtora.

⁷ Despesas financeiras – são os juros pagos ou incorridos.

graduações. Este indicador demonstra o cuidado que o IEA possui com seus colaboradores, tornando este indicador indispensável para a estrutura do modelo proposto de BS. Do modelo do IBASE, foi excluído deste indicador apenas os itens creche/ auxílio creche, pois não há colaboradoras no IEA não possuam filhos que necessitem deste benefício.

Com relação ao corpo funcional de uma empresa sua composição é de grande importância para seu entendimento estrutural, por isso no item dos indicadores de corpo funcional é apresentado o número de colaboradores, o número de prestadores de serviço terceirizados e o número de estagiários, pois são estes que formam a empresa. Ainda neste item é indicado o número de admissões e demissões para análise da rotatividade da empresa, o número de mulheres, o valor de seus salários, idade média e o percentual em cargos de chefia, assim como dos homens, a fim de verificar a existência de disparidades entre salários de sexos opostos e média de idade de colaboradores. Neste item, de seu modelo original foram excluídos alguns indicadores, como número de voluntários, número de portadores de necessidades especiais e seus salários, já que em seus 15 anos de atuação não houve colaboradores nestas condições.

Após a verificação da composição podemos observar a qualificação do corpo funcional e através dos indicadores de qualificação de corpo funcional pode-se verificar o grau de escolaridade dos colaboradores, assim neste item foram elencados todos os tipos de qualificações existentes no corpo funcional do IEA, deste o ensino fundamental ao doutorado. Com este indicador pode-se analisar a formação do corpo de colaboradores, e de acordo com o objetivo da empresa investir mais em qualificação.

Com relação a responsabilidade social, os projetos e ações sociais já fazem parte da realidade do IEA, por isso um indicador onde a empresa possa demonstrar o que vem realizando é de suma importância. Desta forma neste indicador são apresentados os projetos e ações realizadas no ano de 2009 pelo IEA Social.

A ética e a transparência também fazem parte da conduta do IEA, assim no item 8 do modelo proposto de balanço social aparecem questões relacionadas com esse compromisso, sendo evidenciada a forma do processo de admissões, a transparência quanto às decisões no planejamento da empresa e a postura ética

na escolha de parceiros. Alguns elementos neste item foram suprimidos, pois não adequavam-se ao IEA, tais como a relação entre a maior e menor remuneração, a existência de comissão de ética e a ocorrência de processos eleitorais para a escolha de diretores. Estes elementos não são relevantes para a empresa, por isso não se achou necessário sua permanência no modelo proposto.

Durante a elaboração do modelo proposto do balanço social foram omitidos alguns indicadores, itens e questionamentos, pois estes não representavam os anseios da empresa e também não se aplicavam a realidade do IEA. Os itens, indicadores e questionamentos retirados na elaboração do modelo proposto foram: das origens das receitas as contribuições, patrocínios e cooperações internacionais, das aplicações de recursos os valores de projetos, programas e ações sociais, nos indicadores sociais internos o item creche ou auxílio, o indicador do número de colaboradores e respectivos valores gasto com bolsas parciais e integrais, assim como os gastos com bolsas de iniciação científica e de pesquisa, o número de voluntários e colaboradores com necessidades especiais e salários médios, foram retirados também os questionamentos com relação a relação entre a menor e maior remuneração, a existência de processos eleitorais para diretoria e a existência de comissão de ética. Com isso, elaborou-se o modelo de balanço social que se amoldou a realidade do IEA. Vale ressaltar que os indicadores retirados, na elaboração do modelo podem vir a compor futuramente a estrutura proposta caso haja necessidade de sua evidenciação.

O BS proposto foi elaborado de acordo com as informações que o IEA entende serem importantes, ressaltando os indicadores que transpareçam o seu comprometimento com seus colaboradores, meio ambiente e sociedade, demonstrando seu compromisso com a responsabilidade social.

Este modelo é adaptável a outras estruturas de empresas, podendo ser modificado de acordo com o propósito de cada entidade.

O IEA tem a consciência que uma empresa responsável socialmente não significa apenas cumprir com as obrigações impostas por lei, mas sim realizar ações continuadas que visem o bem estar da sociedade e meio ambiente sem que exista lei que obrigue tal prática.

3.4 ANÁLISE DO BALANÇO SOCIAL PROPOSTO

Tendendo a facilitar a visualização e análise pelos usuários do modelo proposto, foram elaborados gráficos, a fim de demonstrar a importância deste instrumento como ferramenta de evidência e transparência. A análise tem o objetivo de facilitar a compreensão das informações obtidas através do balanço social a fim de utilizá-las como ferramenta na gestão da empresa.

Para a elaboração dos gráficos e análise dos mesmos as informações foram obtidas através dos dados contidos no balancete de 2009 da empresa (ANEXO C) e do questionário (APÊNDICE A) aplicado ao contador da empresa, diretores de RH e financeiro do IEA.

3.4.1.1 Análise das Origens de Recursos

As origens de recursos consistem na apresentação dos valores dos recursos recebidos pela empresa durante um período. No caso da empresa estudada sua origem de recursos pode vir a partir da receita de serviços prestados, doações de pessoas jurídicas ou físicas, receitas de mensalidades de associados, de vendas dos livros publicados pela empresa e subsídios governamentais.

No gráfico abaixo é representado às receitas obtidas no ano de 2009 pelo IEA.

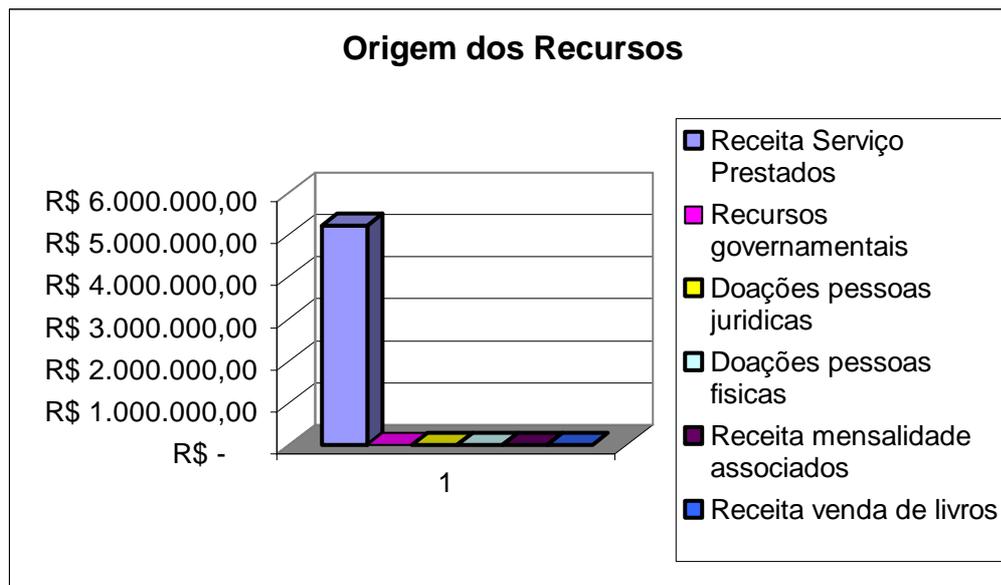


Gráfico 1 - Origens dos Recursos

Com relação a 2009 a origem dos recursos do IEA foi composta basicamente por receitas dos serviços prestados, através dos dados do balancete (ANEXO C), observou-se que do montante total recebido de R\$5.234.517,67, o valor das receitas de prestação de serviço foi de R\$5.232.900,90, correspondendo a 99,96% do total das origens. As demais origens que complementam o valor total foram R\$1040,00 de receitas com mensalidades de associados e R\$576,77 de receita com vendas de livros.

Podemos verificar através desta análise que mesmo o IEA sendo uma associação sem fins lucrativos e podendo receber subsídios do governo e de terceiros sua receita total é composta apenas de receitas operacionais.

3.4.1.2 Análise das Aplicações dos Recursos

Embasado na análise das aplicações dos recursos, é possível identificar onde a empresa despende mais dinheiro para manter a sua estrutura. Esta análise é de grande importância para os gestores, pois através dela poderão identificar onde ocorrem os maiores gastos, podendo assim tomar medidas para diminuí-las quando necessário. A análise dos dispêndios do IEA em 2009 é evidenciada no gráfico 2.

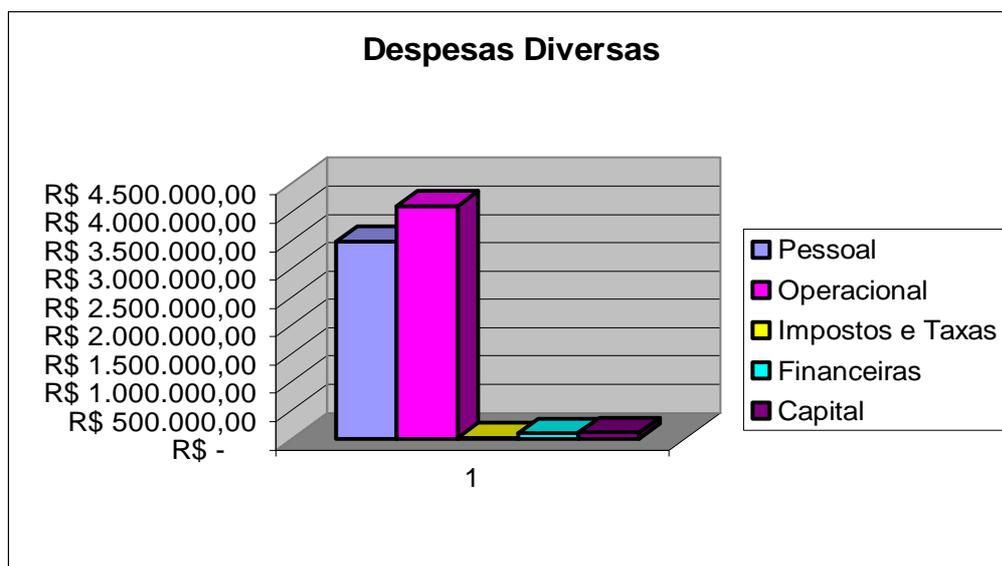


Gráfico 2– Aplicações dos Recursos – Despesas Diversas

Analisando o gráfico 2, observa-se que o maior dispêndio em 2009 foi com despesas operacionais e com pessoal. Para os gestores é importante saber quanto representa estes gastos para a empresa, pois os gastos com pessoal e operacional geralmente são os mais representativos dos gastos realizados e os mais preocupantes também.

Buscando os dados no balancete de 2009 (ANEXO C) do IEA, constata-se que a despesa operacional foi de R\$4.114.181,96 e representa 78,60% da receita total arrecadada e as despesas com pessoal R\$3.483.532,99 ou 66,55% da receita. Esses são percentuais que merecem atenção já que representam mais de 50% da receita, ou seja, mais da metade de seu faturamento já está comprometido com despesas operacionais e com pessoal.

Para fechar o valor das despesas totais que foi de R\$7.823.114,60 aparece às despesas financeiras, as com impostos e taxas e as de capital que foram respectivamente R\$95.370,38, R\$18.947,09 e R\$111.082,18.

3.4.1.3 Análise dos Indicadores Internos

A análise dos Indicadores Internos abrange a análise dos benefícios disponíveis para os colaboradores, através desta o IEA busca verificar onde os gastos em benefícios estão sendo investidos.

Por meio desta análise o IEA ainda pode averiguar quais os benefícios estão recebendo menos investimento, podendo assim verificar a viabilidade de equiparação de investimentos entre todos os benefícios oferecidos.

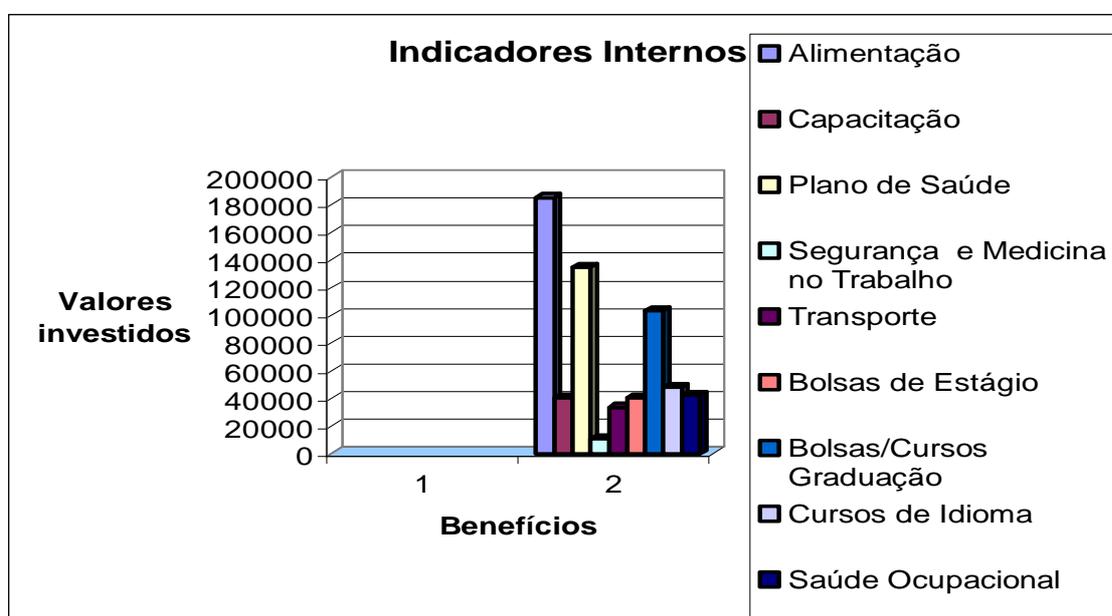


Gráfico 3– Indicadores Internos – Benefícios

Percebe-se ao analisar o gráfico 3 que o IEA disponibiliza diversos benefícios para seus colaboradores, sendo seus maiores investimentos em 2009 direcionados para alimentação, plano de saúde e bolsas/cursos de graduação.

O valor total dos dispêndios com benefícios em 2009 foi de R\$637.821,36, sendo que R\$185.134,32 foram direcionados para a alimentação correspondendo a 29% do total gasto, R\$134.518,42 gastos com plano de saúde ou 21% e R\$103.045,36 com Bolsas/Cursos Graduação o equivalente a 16% do total investido.

Isso demonstra a preocupação do IEA no bem estar e qualificação de seus colaboradores.

3.4.1.4 Análise do Corpo Funcional

Através da análise dos indicadores do corpo funcional observamos a composição do corpo funcional da empresa quanto ao sexo da equipe de colaboradores. Podemos realizar uma análise observando o gráfico 4.

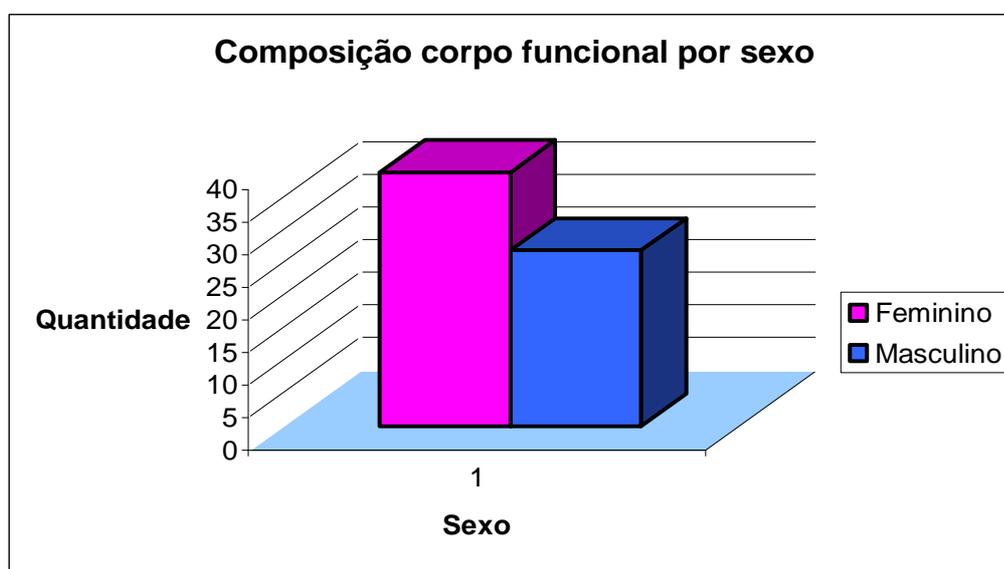


Gráfico 4- Indicadores do Corpo Funcional – Quantidade Colaboradores por Sexo.

Analisando o gráfico 4 e baseando nas informações obtidas através do RH da empresa constata-se que o IEA em 2009 em seu quadro funcional era composto em sua maioria pelo sexo feminino, de um total de 66 colaboradores 59% eram do sexo feminino. Através de entrevista (APÊNDICE A) com a diretoria de RH da empresa contatou-se que destes 59% de colaboradoras 6 ocupavam cargo de chefia. Com relação aos homens 4 ocupavam cargos de chefia em 2009.

Pode-se constatar a partir desta análise que o IEA tem uma forte presença feminina em seu quadro funcional, pois além de ser maioria em número de colaboradoras, também possuem maioria em cargos de chefia.

3.4.1.5 Análise da Qualificação do Corpo Funcional

A análise do Indicador de Qualificação do Corpo Funcional revela como é formado o corpo funcional da empresa, indicando o grau de escolaridade da sua equipe, como demonstrado no gráfico a seguir. Por intermédio dessa a organização examina quão qualificada é seu quadro funcional, verificando há necessidade de investimento em qualificação.

Para o IEA que é uma organização que preza e trabalha com soluções em educação, este indicador será de suma importância, pois para a prestação de seus serviços o seu quadro funcional deve apresentar-se qualificado nos mais diversos graus de escolaridade. Observando ainda onde poderá investir para aumentar a qualificação de seus colaboradores.

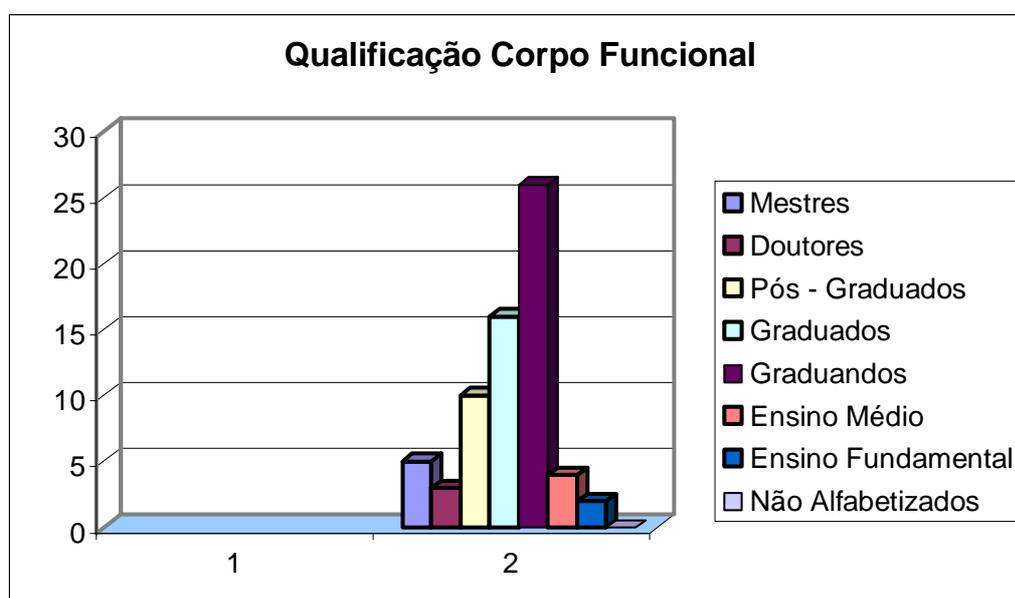


Gráfico 5– Qualificação do Corpo Funcional

O gráfico 5, demonstra que no ano de 2009 o quadro de colaboradores do IEA era composto em sua maioria por graduados, graduandos e pós – graduados, buscando informações no questionário realizado com o RH verificou-se que dos 66 colaboradores 16 são graduados, 26 estão concluindo cursos de graduação e 10 possuem pós- graduação.

Mesmo em um número menor podemos observar que também há em seu corpo funcional mestres e doutores, sendo 5 mestres e 3 doutores.

Ainda é possível verificar no gráfico 3 a inexistência de colaboradores não alfabetizados.

O IEA incentiva a educação e apóia seus colaboradores a buscarem a excelência em suas áreas, formando uma equipe multidisciplinar.

As análises desenvolvidas a partir das informações disponíveis no balanço social poderão ser utilizadas pelos administradores na tomada de decisão, além da função de aumentar o diálogo da empresa com a sociedade.

O Balanço Social atende a todos. Para os tomadores de decisão, oferece os elementos essenciais sobre os projetos sociais que a empresa possui; para os empregados, oferece uma garantia de que as suas expectativas serão conhecidas pelos seus gestores de forma sistematizada e quantificada; para a sociedade, oferece informações sobre os benefícios gerados ao meio ambiente, e à sociedade como um todo (SOUZA, 1997).

Constata-se que o balanço social pode e deve ser utilizado pelas empresas como instrumento de divulgação da transparência e da ética e também como ferramenta gerencial de apoio as tomada de decisão.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Neste capítulo são apresentadas as considerações finais quanto à problemática, quanto aos objetivos gerais e específicos e ainda às sugestões para trabalhos futuros.

4.1 QUANTO A PROBLEMÁTICA

A responsabilidade social tornou-se um diferencial para as empresas que almejam buscar um espaço no mercado, pois atualmente para a sociedade não basta apenas demonstrar resultados econômicos – financeiros, a empresa tem que apresentar seu engajamento com a responsabilidade social.

O balanço social surgiu com o intuito de demonstrar as ações de cunho social desenvolvidas pelas empresas. E nesse sentido, o IEA buscava um modelo de balanço social que representasse o seu desempenho social.

Para isso, foram apresentados conceitos, levantamentos de dados na empresa e exposição de dois modelos de balanço sociais já existentes.

Analisando as informações apresentadas nesta pesquisa, os anseios do IEA e realizando adaptações no modelo do IBASE para empresas do Terceiro Setor chegou-se ao balanço social ideal para que o IEA evidencie a responsabilidade social atendendo a problemática que deu origem a este trabalho.

4.2 QUANTO AOS OBJETIVOS

Com relação aos objetivos tanto o geral quanto os específicos foram alcançados.

Como objetivo geral foi sugerido à elaboração de um balanço social para o IEA, para que este pudesse demonstrar as ações sociais praticadas. Baseando-se nas informações obtidas durante a pesquisa pôde-se elaborar um modelo de

balanço social adequado para o IEA que possui qualificação de OSCIP, entendendo-se como atendido o objetivo.

Quanto aos objetivos específicos, também foram atingidos, pois os conceitos que permitiram alcançar o propósito desta pesquisa foram desenvolvidos, assim como a apresentação de dois modelos de balanços sociais já existentes que deram suporte a escolha do modelo elaborado para o instituto em estudo.

Cabe ressaltar que após a análise do balanço social elaborado na pesquisa constatou-se que o balanço social é um importante instrumento para a gestão organizacional.

A responsabilidade social tornou-se um diferencial para as empresas e cabe a elas buscar a melhor maneira para torná-la evidente.

4.3 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Como sugestão para futuras pesquisas sugere-se que sejam aplicados outros modelos de balanço sociais e realização de pesquisa em empresas qualificadas como OSCIP's a fim de verificar se as mesmas utilizam-se do balanço social para evidenciar suas ações sociais.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Nárdeli; GRAH, Brayan; OLIVEIRA, Ana Letícia Sousa de. **Responsabilidade Social e Ambiental**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2009. (Estudo de caso apresentado na disciplina de Contabilidade e Responsabilidade Social).
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. 5 ed. São Paulo. Atlas, 2001.
- BALANÇO social. Disponível em <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em: 17 mai. 2009.
- BEUREN, Ilsen Maria. **Como elaborar trabalhos de monográficos Em contabilidade**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2004.
- BRASIL. Lei nº 9790 de 23 de março de 1999. Disponível em: <<http://www.fazenda.gov.br/spe/publicacoes>>. Acesso em: 23 fev. 2010.
- BRASIL. Projeto de Lei nº. 3116 de 14 de maio de 1997. Disponível em: <[HTTP://www.balancosocial.org.br/media/PL_3116-97.doc](http://www.balancosocial.org.br/media/PL_3116-97.doc)>. Acesso em: 23 fev. 2010.
- BRASIL. Resolução nº. 1010 de 21/01/2005. Conselho Federal de Contabilidade. Disponível em: <[http://sijut.fazenda.gov.br/netacgi/nphbrs?SECT1=SIATW7&d=SIAT&p=1&u=/netahtml/Pesquisa.htm&r=6&f=G&l=20&s5=\(RES000101020050121\\$\).CHAT.+E+CFC.ORG](http://sijut.fazenda.gov.br/netacgi/nphbrs?SECT1=SIATW7&d=SIAT&p=1&u=/netahtml/Pesquisa.htm&r=6&f=G&l=20&s5=(RES000101020050121$).CHAT.+E+CFC.ORG)>. Acesso em 02 maio 2010.
- CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Gian Mario. Compromisso social no mundo dos negócios. **Boletim Orçamento e Democracia**, IBASE, ano 6, n.11, p 10-11. Rio de Janeiro, fev. 1999.
- CARVALHO, Cristiano; PEIXOTO, Marcelo Magalhães. **Aspectos tributários das entidades sem fins lucrativos e das OSCIP**. São Paulo: Thomson, 2005. p.15-28.

COSTA, Giselly. **O Balanço Social como contribuição para o planejamento de ações sociais**: um estudo de caso na Associação Beneficente dos Militares Estaduais de Santa Catarina – ABEPOM. 2005. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) – Centro Sócio Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2005.

CUNHA, Renata. **Balanço Social: Obrigatório ou Facultativo?** Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis) – Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

CUSTÓDIO, Ana Lucia de Melo; MOYA, Renato. **Guia para Elaboração de balanço social e relatório de sustentabilidade 2007**. São Paulo: Instituto Ethos, 2007. Disponível em: http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/GuiaBalanco2007_PORTUGUES.pdf. Acesso em: 15 dez. 2009.

_____. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2007**. São Paulo: Instituto Ethos, 2007. Disponível em: http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.asp. Acesso: 03 abr. 2010.

ELEUTÉRIO, Odinéia. **A importância do balanço social como instrumento informação no contexto sócio- econômico**. Monografia da (Curso de Ciências Contábeis) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

FERLA, Luiz Alberto; ALMEIDA, Cristiano J. C. de. **Iniciando seu próprio negócio**. Florianópolis, SC: IEA, 1997. 152 p.

_____. **Manual do moderador**: facilitando a aprendizagem de adultos. 2ed. Florianópolis: IEA, 2002. 116 p.

FERLA, Luiz Alberto; MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa; ALMEIDA, Cristiano J. C. de. **Viagem ao mundo do empreendedorismo**. Florianópolis, SC: IEA, 2003. 366 p.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Pequeno dicionário brasileiro de Língua Portuguesa**. Ed. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 11^o Edição, 1974.

FERREIRA, Thaise de Lima. **Estudo da composição e da evolução do balanço social da Caixa Econômica Federal**. Florianópolis, 2009, 56f. Monografia da (Curso de Ciências Contábeis) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

FREITAS, Priscila Abilhôa de. **Elaboração do balanço social estudo de caso – Unicred – Florianópolis**. Monografia.(Bacharel em Ciências Contábeis) – Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis,2006.

GELBCKE, Ernesto Rubens; IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**. 5. ed. revisada e atualizada. São Paulo: Atlas, 2000.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1993.

GOMEZ, Maria Nélide Gozález de. **Metodologia de pesquisa no campo da ciência da informação**. Revista da Ciência da Informação. V.23/24. p.333-346 2000.Disponível em:<<http://www.tempusactas.unb.br/index.php/RBB/article/viewFile/590/588> >. Acesso em: 19 set. 2009.

GUAREZI, Rita de Cássia Menegaz; MATOS, Márcia Maria de. **Educação a distancia sem segredos**. Curitiba: IBPEX, 2009. 145 p.

IBASE. Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>>. Acesso em: 05 dez. 2009.

_____. **Balanço Social dez anos: o desafio da transparência**. Rio de Janeiro, Ibase, 2008.Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em: 19 dez. 2009.

INÁCIO, Elane Cibele. **Balanço social para micro e pequenas empresas: uma comparação quanto aos indicadores ambientais dos modelos do IBASE e Instituto Ethos**. 2007. 128 p.Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2007.

INDICADORES ETHOS. In: Indicadores Ethos. Disponível em: <http://indicadores.ethos.org.br>. Acesso em: 01 fev. 2010.

INSTITUTO DE ESTUDOS AVANÇADOS– IEA. Disponível em: <<http://www.iea.com.br>>. Acesso em: 12 dez. 2009

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade Social e Empresarial para Micro e Pequenas empresas**: Passo a Passo.

Disponível em: <http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf>. Acesso em: 03 març. 2010.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balanco social**: teoria e prática. 1º Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. Balanco Social: Uma proposta de Normatização. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade**, Rio Grande do Sul, n. 104, p. 56 e 64, maio 2001.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. 2. Ed. São Paulo. Atlas, 1987.

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

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

NICHELS, William G; WOOD, Mariah Burk. **Marketing**: relacionamento, qualidade, valor. Rio de Janeiro : LTC, 1999.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. BEUREN Ilse Maria (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2003. Cap. 3, p. 76-97.

RECEITA FEDERAL. O que são despesas operacionais? In: Receita Federal. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/DIPJ/2005/PergResp2005/pr335a347.htm>. Acesso em: 05 mai. 2010.

RECEITA FEDERAL. O que são despesas financeiras? In: Receitas Federal. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/DIPJ/2005/PergResp2005/pr444a453.htm>. Acesso em: 05 mai. 2010.

RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Responsabilidade Social**. In: Responsabilidade Social. Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/institucional>> Acesso em 03 abr. 2010.

REGULES, Luis Eduardo Patrone. **Terceiro Setor**: Regime Jurídico das OSCIPs. São Paulo: Ed. Método, 2006.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br/culturadacooperacao/oscip>>. Acesso em: 17 abr. 2010.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3 ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino à Distância da UFSC, 2001.

SILVA, Melissa Schulze da. **Responsabilidade social**: Estudo de caso em uma empresa do ramo de fundição de aço. 2009. 103 p. Monografia (Bacharel do Curso de Ciências Contábeis). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. 2009.

SOUZA, Herbert de. Balanço Social nas empresas públicas. Disponível em : <<http://www.ibase.org.br/paginas/bsbeto1.html>>. **Folha de São Paulo**, p. 1-2, 06-maio, 1997. Acesso em: 30 junho 2010.

STAKEHOLDERS. In: Enciclopédia da língua portuguesa. Wikipédia. Disponível em: < <http://pt.wikipedia.org/wiki/stakeholders>>. Acesso em: 02 mar. 2010.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social**: uma abordagem da transparência e da transparência da responsabilidade pública das organizações. São Paulo. Atlas, 2009.

TERCEIRO SETOR. In: Enciclopédia on-line da língua portuguesa. Wikipédia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Terceiro_setor>. Acesso em: 17 abr. 2010.

VITALI, Andréa Terezinha. **Análise comparativa do modelo de balanço social proposto pelo IBASE com o de outros países**. Florianópolis. Monografia. (Bacharel em Ciências Contábeis) – Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

WISSMANN, M. A. **Responsabilidade social & balanço social**. 1. edição. Cascavel: Univel, 2002. 152 p.

WIKIPÉDIA. O que é benchmarking. In: Enciclopédia on-line da língua portuguesa Wikipédia. Disponível em:< <http://pt.wikipedia.org/wiki/Benchmarking>>. Acesso em 04 mai. 2010.

WIKIPÉDIA. O que são partners?. In: Enciclopédia on-line da língua portuguesa. Wikipédia. Disponível em:< <http://pt.wikipedia.org/wiki/partner>>. Acesso em: 02 de Marc. 2010.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONOMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

APÊNDICE A

Questionário aplicado como instrumento de pesquisa para fins acadêmico.

Roteiro das Questões:

1. Qual o ano de início das atividades do IEA?
2. Qual a missão do IEA?
3. Qual o número de colaboradores ao final de 2009? Quantos colaboradores eram mulheres e quantos eram homens?
4. Idade média dos colaboradores homens e mulheres do IEA em 2009.
5. Número de mulheres e homens atuando em cargo de chefia em 2009.
6. Salário médio dos colaboradores homens e mulheres.
7. Quantidade de estagiários.
8. Número de admissões durante o ano de 2009.
9. Número de demissões durante o ano de 2009.
10. Número de Prestadores de serviço em 2009
11. Quantidade de colaboradores em cargos administrativos e financeiro.
12. Grau de escolaridade dos colaboradores
13. O que é o IEA Social.
14. Quais os projetos e ações desenvolvidas em 2009.
15. Número de beneficiados.
16. Qual critério no processo de admissões.
17. Há participação dos colaboradores no planejamento estratégico.
18. A consideração da postura ética e de responsabilidade social na escolha de parceiros.

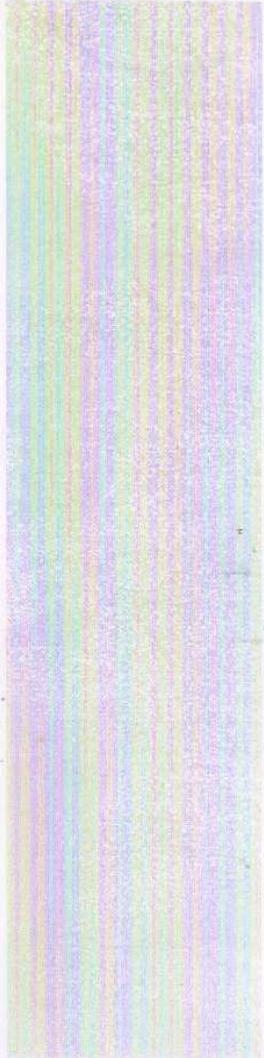
ANEXO A

Modelo Balanço Social 20XX					
1 - Identificação					
Nome da instituição:		Tipo/categoria (conforme instruções):			
Natureza jurídica: <input type="checkbox"/> associação <input type="checkbox"/> fundação <input type="checkbox"/> sociedade		sem fins lucrativos? <input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não			
Possui Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEAS)? <input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não		Possui registro no: <input type="checkbox"/> CNAS <input type="checkbox"/> CEAS <input type="checkbox"/> CMAS			
De utilidade pública? <input type="checkbox"/> não		Se sim, <input type="checkbox"/> federal <input type="checkbox"/> estadual <input type="checkbox"/> municipal			
		Classificada como OSCIP (lei 9790/99)? <input type="checkbox"/> sim <input type="checkbox"/> não			
2 - Origem dos recursos					
	20XX		20YY		
	Valor (mil reais)		Valor (mil reais)		
Receitas Totais	0	100%	0	100%	
a. Recursos governamentais (subvenções)	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
b. Doações de pessoas jurídicas	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
c. Doações de pessoas físicas	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
d. Contribuições	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
e. Patrocínios	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
f. Cooperação internacional	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
g. Prestação de serviços e/ou venda de produtos	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
h. Outras receitas	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
3 - Aplicação dos recursos					
	20XX		20YY		
	Valor (mil reais)		Valor (mil reais)		
Despesas Totais	0	100%	0	100%	
a. Projetos, programas e ações sociais (excluindo pessoal)	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
b. Pessoal (salários + benefícios + encargos)	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
c. Despesas diversas (somatório das despesas abaixo)	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
Operacionais	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
Impostos e taxas	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
Financeiras	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
Capital (máquinas + instalações + equipamentos)	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
Outras (que devem ser discriminadas conforme relevância)	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	
4 - Indicadores sociais internos (Ações e benefícios para os(as) funcionários(as))					
	20XX	% sobre receita	20YY	% sobre receita	metas 20XX
	Valor (mil reais)		Valor (mil reais)		
a. Alimentação	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
b. Educação	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
c. Capacitação e desenvolvimento profissional	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
d. Creche ou auxílio-creche	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
e. Saúde	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
f. Segurança e medicina no trabalho	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
g. Transporte	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
h. Bolsas/estágios	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
i. Outros	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
Total - Indicadores sociais internos	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!	0
5 - Projetos, ações e contribuições para a sociedade (Ações e programas aqui listados são exemplos, ver instrução)					
	20XX	% sobre receita	20YY	% sobre receita	metas 20XX
	Valor (mil reais)		Valor (mil reais)		
	R\$ _____	#REF!	R\$ _____	#VALOR!	R\$ _____
Nº pessoas beneficiadas:			Nº pessoas beneficiadas:		
Nº entidades beneficiadas:			Nº entidades beneficiadas:		
	R\$ _____	#VALOR!	R\$ _____	#VALOR!	R\$ _____

	Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:	#VALOR!	Nº pessoas beneficiadas: entidades beneficiadas:	Nº	#VALOR!	
	R\$	#VALOR!	R\$		#VALOR!	R\$
	Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:	#VALOR!	Nº pessoas beneficiadas: entidades beneficiadas:	Nº	#VALOR!	
	R\$	#VALOR!	R\$		#VALOR!	R\$
	Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:	#VALOR!	Nº pessoas beneficiadas: entidades beneficiadas:	Nº	#VALOR!	
	R\$	#VALOR!	R\$		#VALOR!	R\$
Valores totais	R\$ 0	#DIV/0!	R\$ 0		#DIV/0!	R\$ 0
6 - Outros indicadores	20XX		20YY		metas 20XX	
N de colaboradores com bolsas integrais	0		0		0	
Valor total das bolsas integrais	R\$		R\$		R\$	
N de colaboradores com bolsas parciais	0		0		0	
Valor total das bolsas parciais	R\$		R\$		R\$	
Nº de alunos(as) com bolsas de Iniciação Científica e de Pesquisa	0		0		0	
Valor total das com bolsas de Iniciação Científica e de Pesquisa	R\$		R\$		R\$	
7 - Indicadores sobre o corpo funcional	20XX		20YY		metas 20XX	
Nº total de empregados(as) ao final do período	0		0		0	
Nº de admissões durante o período	0		0		0	
Nº de prestadores(as) de serviço	0		0		0	
% de empregados(as) acima de 45 anos	%		%		%	
Nº de mulheres que trabalham na instituição	0		0		0	
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	%		%		%	
Idade média das mulheres em cargos de chefia	0		0		0	
Salário médio das mulheres	R\$		R\$		R\$	
Idade média dos homens em cargos de chefia	0		0		0	
Salário médio dos homens	R\$		R\$		R\$	
Nº de estagiários(as)	0		0		0	
Nº de voluntários(as)	0		0		0	
Nº portadores(as) necessidades especiais	0		0		0	
Salário médio portadores(as) necessidades especiais	R\$		R\$		R\$	
8 - Qualificação do corpo funcional	20XX		20YY		metas 20XX	
Nº total de funcionários(as) no corpo técnico e administrativo	0		0		0	
Nº de pós-graduados (especialistas, mestres e doutores)	0		0		0	
Nº de graduados(as)	0		0		0	
Nº de graduandos(as)	0		0		0	
Nº de pessoas com ensino médio	0		0		0	
Nº de pessoas com ensino fundamental	0		0		0	
Nº de pessoas com ensino fundamental incompleto	0		0		0	
Nº de pessoas não-alfabetizadas	0		0		0	
9 - Informações relevantes quanto à ética, transparência e responsabilidade social	20XX		20YY			
Relação entre a maior e a menor remuneração	0,0		0,0			
O processo de admissão de empregados(as) é:	% por indicação % por seleção/concurso		% por indicação % por seleção/concurso			
Na seleção de parceiros e prestadores de serviço, critérios	[] não são considerados		[] não são considerados			

éticos e de responsabilidade social e ambiental:	<input type="checkbox"/> são sugeridos <input type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> são sugeridos <input type="checkbox"/> são exigidos
A participação de empregados(as) no planejamento da instituição:	<input type="checkbox"/> não ocorre <input type="checkbox"/> ocorre em nível de chefia <input type="checkbox"/> ocorre em todos os níveis	<input type="checkbox"/> não ocorre <input type="checkbox"/> ocorre em nível de chefia <input type="checkbox"/> ocorre em todos os níveis
Os processos eleitorais democráticos para escolha dos coordenadores(as) e diretores(as) da organização:	<input type="checkbox"/> não ocorrem <input type="checkbox"/> ocorrem regularmente <input type="checkbox"/> ocorrem somente p/cargos intermediários	<input type="checkbox"/> não ocorrem <input type="checkbox"/> ocorrem regularmente <input type="checkbox"/> ocorrem somente p/cargos intermediários
A instituição possui Comissão/Conselho de Ética para o acompanhamento de:	<input type="checkbox"/> todas ações/atividades <input type="checkbox"/> ensino e pesquisa <input type="checkbox"/> experimentação animal/vivissecação <input type="checkbox"/> não tem	<input type="checkbox"/> todas ações/atividades <input type="checkbox"/> ensino e pesquisa <input type="checkbox"/> experimentação animal/vivissecação <input type="checkbox"/> não tem
10 - Outras Informações		
0		

ANEXO B



GUIA DE ELABORAÇÃO DO **BALANÇO SOCIAL**

2006

INSTITUTO
ETHOS
DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Guia de Elaboração do Balanço Social é uma publicação do Instituto Ethos, distribuída gratuitamente aos seus associados.

Realização
Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Rua Francisco Leites, 469, 14º andar, conj. 1407
05414-020 – São Paulo, SP
Tel: (11) 3897-2400
Fax: (11) 3897-2424
Visite nosso site: www.ethos.org.br

Pesquisa e Desenvolvimento (versão original)
Ana Maria C. Esteves, Fabiane Bressi Ecolançamento Técnica, Juliana Mayrink,
Luzia Monteiro Longo, Paulo Durval Branco e Sérgio A. P. Esteves.

Revisão 2006
Coordenação: Gláucia Torres, Ana Lúcia de Melo Custódio e Renato Moya.
Colaboradores: Paulo Itacarambi e Tarcila Reis

Patrocínio
Associação Brasileira de Distribuição de Energia Elétrica (ABRADDE), Banco Itaú SA, CPFL,
Natura, Petrobra, Samarco, SESI-SC e Suzano.

Apelo
BIO
FUMIN

Projeto e produção gráfica
Planeta Terra Design (Waldemar Zaidler e William Haruo)

Todos os direitos reservados.
Permitida a reprodução desta publicação, desde que previamente autorizada,
por escrito, pelo Instituto Ethos.

Tiragem
10.000 exemplares

Coleção gráfica
Planeta Terra Design

Impressão
Margraf Editora e Indústria Gráfica Ltda.

RECICLADO SUZANO Impresso em papel Reciclado Suzano® - capa 180 g/m², miolo 75 g/m² - do Suzano Papel e Celulose, o primeiro papel off-set brasileiro 100% reciclado produzido em escala industrial.

Eclarecimentos importantes sobre as atividades do Instituto Ethos

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
2. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos "selo" com essa função.
4. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize o logotipo do Instituto Ethos sem o nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Para esclarecer dúvidas ou nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo serviço "Fale Conosco", do site www.ethos.org.br.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	5
ESTRUTURA DO BALANÇO SOCIAL	9
PRINCÍPIOS E CRITÉRIOS	9
Parte I — APRESENTAÇÃO	11
01. Mensagem do Presidente	11
02. Perfil do Empreendimento	11
03. Setor da Economia	12
Parte II — A EMPRESA	12
04. Histórico	12
05. Missão e Visão	12
06. Princípios e Valores	12
07. Estrutura e Funcionamento	13
08. Governança Corporativa	13
Parte III — A ATIVIDADE EMPRESARIAL	14
09. Diálogo com Partes Interessadas	14
10. Indicadores de Desempenho	14
10.1. Indicadores de Desempenho Econômico	15
10.2. Indicadores de Desempenho Social	19
I. Público Interno	19
II. Fornecedores	28
III. Consumidores e Clientes	29
IV. Comunidade	33
V. Governo e Sociedade	35
10.3. Indicadores de Desempenho Ambiental	36
Parte IV — ANEXOS	41
11. Demonstrativo do Balanço Social (Modelo Ibase)	41
12. Iniciativas de Interesse da Sociedade (Projetos Sociais)	41
13. Notas Gerais	41
FATOS QUE MARCARAM O SURGIMENTO E A EVOLUÇÃO DO BALANÇO SOCIAL	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44

INTRODUÇÃO

O Instituto Ethos, ao longo dos seis anos que publica o *Guia de Elaboração do Balanço Social*, vem incentivando as empresas a perceberem quão intrinsecamente a publicação do balanço social está relacionada à gestão da responsabilidade social. É o ponto no qual acontece a convergência dos dois pilares da definição de RSE¹: a relação ética e transparente com todos os públicos com os quais a empresa se relaciona e o estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade.

Na discussão do tema da responsabilidade social, a iniciativa de publicar um relatório que abranja, além das questões financeiras, as dimensões econômicas, sociais e ambientais do negócio, cumpre dois grandes objetivos: o de ser uma ferramenta de gestão, o que permite uma melhor mensuração do desempenho de sua gestão sob a perspectiva da responsabilidade social, e o de ser uma ferramenta de diálogo com as partes interessadas que objetiva a construção e o refinamento contínuo do engajamento das partes interessadas.

A empresa interessada em elaborar seu balanço social deve entender, nesse sentido, que a publicação objetiva algo além de uma comunicação unidirecional – é a oportunidade de a empresa compreender como as ações divulgadas estão em consonância com sua visão estratégica e com os compromissos estabelecidos por sua liderança em direção à sustentabilidade, além de abrir um espaço de conhecimento mais aprofundado sobre sua gestão, com a possibilidade de estreitar relações com diversos públicos.

Este guia de elaboração foi criado com o objetivo de elevar a qualidade, consistência e credibilidade dos relatórios das empresas e incorpora como anexo, o modelo de balanço social desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE).

Além desses modelos nacionais, há uma relevante contribuição mundial: a Global Reporting Initiative (GRI). A GRI representa um grande esforço internacional, envolvendo empresas e organizações da sociedade civil, dirigido ao estabelecimento consensual de normas e padrões para orientar a elaboração de relatórios de sustentabilidade empresarial. O Instituto Ethos participa ativamente da GRI e recomenda a adoção, pelas empresas brasileiras, desse padrão. O presente guia oferece uma rota segura de aprendizado e experimentação rumo a esse objetivo.

¹ Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética, transparente e solidária da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (Definição Instituto Ethos)

O DESAFIO DA TRANSPARÊNCIA

Há uma crescente tendência de incentivo à publicação de balanços sociais mais coerentes com as propostas das empresas interessadas em aplicar a responsabilidade social empresarial à gestão de seu negócio. Sejam das organizações não-governamentais ou representantes de setores da economia, é perceptível o interesse de que o balanço social seja reconhecido como um documento credível e verificável.

As empresas têm gradualmente aderido a esse modelo de publicação, mas é ainda comum encontrar relatórios que excedem na descrição de boas ações e se esquivam de apresentar aspectos negativos. É consenso entre as entidades que difundem e estimulam a publicação de relatórios de "prestação de contas" (expressão que tenta se aproximar do termo em inglês "accountability") que, ao enfatizar apenas esse aspecto, a empresa perde a oportunidade de fortalecer suas relações com seus diversos públicos por meio de um documento mais consistente e, por consequência quase natural, mais credível.

A *Global Reporting Initiative*, em sua revisão das Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade (G3), propõe um novo princípio, o Equilíbrio (*Balance*, em inglês), que visa assegurar a qualidade das informações relatadas por meio de uma apresentação equilibrada das questões. Isso pressupõe uma neutralidade da empresa na apresentação das informações, sejam positivas ou negativas. No presente *Guia*, essa neutralidade figura como um dos elementos que constituem o princípio Veracidade (mais detalhes na próxima seção "Estrutura do Balanço Social - Princípios e Critérios").

Ao definir como princípios fundamentais a transparência e a veracidade, a empresa opta por estabelecer uma relação madura com seus diversos públicos. Além disso, torna públicas suas metas em direção à sustentabilidade e aumenta o comprometimento de alguns desses públicos nessa mesma direção.

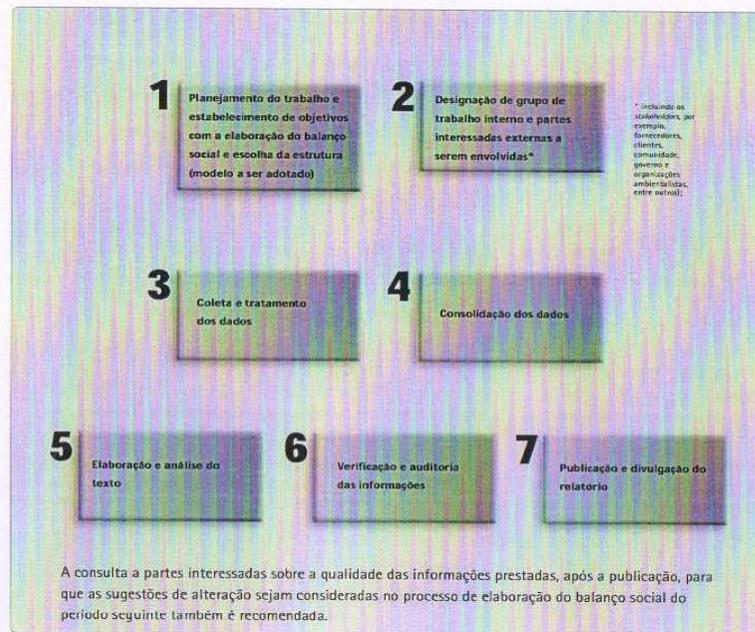
GUIA DE ELABORAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL E INDICADORES ETHOS

A revisão 2006 do *Guia de Elaboração do Balanço Social* tem por objetivo continuar a explicitar as convergências existentes entre o mesmo e os Indicadores Ethos de RSE.

A aplicação dos Indicadores Ethos de RSE² pode auxiliar no processo de coleta de dados quantitativos para elaboração do balanço social, bem como na descrição das políticas, conquistas obtidas e desafios para o próximo período. Além disso, o uso conjunto de ambas ferramentas permite a avaliação da coerência entre os valores e diretrizes assumidos e a efetivação dos mesmos, por meio da análise do desempenho da empresa.

COMO ORGANIZAR A COLETA DE DADOS

O Instituto Ethos sugere para livre adaptação das empresas um processo de coleta e divulgação de dados, que seja estabelecido em uma ordem similar à que segue:



² Versão 2006 disponível para download no website do Instituto Ethos, www.ethos.org.br. Informações pelo e-mail indicadores@ethos.org.br.

Comparabilidade	Uma das expectativas dos usuários do balanço social é a possibilidade de comparação dos dados apresentados pela empresa com os de períodos anteriores e com os de outras organizações, o que exige consistência na escolha, mensuração e apresentação dos indicadores.
Regularidade	Para garantir que os diferentes públicos possam acompanhar os resultados e tendências de natureza ambiental, econômica e social da empresa, o relatório deve ser apresentado em intervalos de tempo regulares. Apesar de a periodicidade anual ser a prática comum, devem-se considerar a possibilidade de atualizações mais frequentes de acordo com o tipo de determinadas informações. Também se devem considerar as diversas alternativas hoje possíveis para veiculação do relatório além da imprensa, graças às novas tecnologias de comunicação. De acordo com o público a que estiver sendo encaminhado, o relatório pode ser distribuído em versão completa ou resumida.
Verificabilidade	A verificação e auditoria das informações contidas no relatório contribuem para sua credibilidade. Padrões internacionais de auditoria para relatórios de sustentabilidade já estão sendo desenvolvidos. Diante da exigência crescente das partes interessadas por transparência, as empresas devem estar preparadas para responder pela integridade dos indicadores apresentados. Para isso, algumas iniciativas podem ser adotadas, tais como: <ul style="list-style-type: none"> • realizar auditoria em processos cujos resultados estejam refletidos nos indicadores; • apresentar comentários e avaliações feitas por especialistas externos; • incluir na "Mensagem do Presidente" o compromisso com a legitimidade das informações.
Clareza	Deve-se levar em conta a variedade de públicos que farão uso do relatório, o que exige clareza e fluidez de texto. Assim, recomenda-se cautela no uso de termos técnicos e científicos, bem como a inclusão de gráficos, quando julgado pertinente. Em alguns casos a apresentação de um glossário pode ser útil.

É importante lembrar que os indicadores propostos neste guia compõem um conjunto básico a ser informado pelas empresas. Eles sempre podem ser ampliados e outros podem ser incluídos, levando-se em conta os interesses daqueles que tenham sido considerados como os públicos prioritários da organização. Caso se deseje detalhar um indicador para atender a uma demanda muito específica, recomenda-se que isso seja feito em um anexo do relatório.

Parte I – Apresentação

01. Mensagem do Presidente

Por meio desta mensagem, a empresa se posiciona perante suas partes interessadas, informando a perspectiva a partir da qual desenvolveu-se todo o processo que resultou no relatório e introduzindo os principais aspectos do documento. Recomenda-se a inclusão dos seguintes elementos:

- Pontos altos do conteúdo e compromissos a serem atingidos;
- Declaração de comprometimento em relação a objetivos ambientais, econômicos e sociais a que a empresa se propõe;
- Reconhecimento de sucessos e insucessos obtidos ao longo do processo;
- Desafios mais significativos para a organização e para o respectivo setor no sentido de integrar a responsabilização pelo desempenho financeiro ao desempenho econômico social, e ambiental, bem como as implicações desses fatos nas estratégias futuras.

02. Perfil do Empreendimento

Oferece uma visão geral da empresa, uma espécie de síntese que permita uma visualização do todo. Essa visão de conjunto vai permitir uma melhor compreensão das partes, apresentadas ao longo do relatório. Os elementos que compõem este item variam de acordo com o porte da empresa, conforme exposto abaixo:

INFORMAÇÕES	EMPRESAS		
	MICRO/PEQUENAS	MÉDIAS	GRANDES
Nome da organização	x	x	x
Principais produtos e serviços, inclusive marcas	x	x	x
Número de empregados	x	x	x
Data do relatório imediatamente anterior	x	x	x
Natureza dos mercados em que atua / perfil dos clientes (Ex.: atacado/varejo, governos)	x	x	x
Número de plantas / unidades			x
Espécie de empresa: sociedade comercial/ sociedade civil/empresa pública de responsabilidade limitada/sociedade anônima etc.			x
Desdobramento de vendas – receitas por país/região do país			x
Mudanças significativas no tamanho, na estrutura, na propriedade e nos produtos e serviços que ocorreram no presente relatório.			x

03. Setor da Economia

Constitui-se em uma breve apresentação do setor da economia em que a empresa atua abordando seus desafios e perspectivas, a contribuição do setor à economia como um todo, e sua participação nas discussões que envolvem o tema da responsabilidade social empresarial.

Parte II – A Empresa

04. Histórico

Relatório sucinto do surgimento e das etapas por que passou a empresa. Este item, pela sua natureza narrativa, representa uma oportunidade excepcional de comunicação do empreendimento com seus diferentes públicos. Recomendamos uma estrutura de texto do tipo narrativo – contar histórias – e a adoção de uma linha de tempo para melhor visualização.

05. Missão e Visão

Neste ponto a empresa apresenta sua missão e sua visão.

A missão é a razão de ser da organização, é a justificativa por meio da qual a empresa serve à sociedade. Por intermédio da visão, a empresa sabe para onde quer ir e o que quer ser num futuro determinado. É a direção estratégica da empresa, a forma como articula os desafios de ordem ética, ambiental, econômica e social no desenvolvimento de suas atividades e como consolida a presença desses aspectos no processo de tomada de decisão.

06. Princípios e Valores

A empresa explicita aqui os princípios e valores que norteiam os processos de tomadas de decisão.

Este pode ser um bom momento para introduzir os principais dilemas relacionados ao negócio e à natureza do empreendimento e para dar transparência ao posicionamento adotado diante desses dilemas.

Este é o espaço adequado, no relatório, para apresentar, se houver, o código de conduta da empresa e sua estratégia de ação, para que sejam sempre motivo de diálogo com seus diferentes públicos.

Também podem ser citados os códigos que a empresa adota, bem como as principais instituições e iniciativas voluntárias das quais faz parte, ou apóia, e que expressam coerência com seus princípios e valores.

07. Estrutura e Funcionamento

Além da estrutura organizacional em nível macro e das principais informações de como a empresa opera, devem ser mencionados os aspectos mais significativos dos sistemas de gestão.

Dessa forma, pode-se incluir elementos de gestão de pessoas, gestão da qualidade, gestão da cadeia produtiva e outros processos que evidenciem com a empresa busca implementar seus princípios e valores nos planos ambiental, econômico e social.

08. Governança Corporativa

Neste item, a empresa apresenta seu sistema de governança, especialmente, no que se refere à estrutura e funcionamento do Conselho de Administração: sua missão, principais atribuições, os comitês que o integram e seu *modus operandi*, bem como os critérios de seleção dos conselheiros, sua qualificação profissional (destacando-se seu engajamento em questões socioambientais) e tempo de mandato.

- Descrição de mecanismos formais de avaliação periódica dos integrantes;
- Descrição da estrutura que assegura o controle da propriedade sobre a gestão, prevenção/coibição de abusos de poder de seus integrantes, de fraudes por uso de informação privilegiada em benefício próprio/terceiros, de criação de "contabilidades paralelas" ou de contas secretas, e de elaboração de documentos que não reflitam verdadeiramente as transações reportadas em relatórios; atuação em conflito de interesses; combate ao suborno e a outras práticas de corrupção.
- Descrição de política de utilização de estudos, pesquisas e consulta a especialistas para melhor fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioambientais e relativos a direitos humanos.

	2004	2005	2006
Número de membros do Conselho de Administração			
Percentual do Conselho de Administração formado por conselheiros independentes, sem cargos executivos			
Percentual de mulheres no Conselho de Administração (ou em estrutura similar)			
Percentual de negros (pretos e pardos) no Conselho de Administração (ou em estrutura similar)			

Parte III – A Atividade Empresarial

09. Diálogo com Partes Interessadas

Este item trata dos critérios e processos utilizados pela empresa no diálogo com as partes interessadas (stakeholders). Nesse sentido, devem ser mencionados:

- Os critérios utilizados na escolha das partes interessadas, seus atributos e sua relação com a empresa;
- Os instrumentos utilizados para o diálogo com as partes interessadas, tais como pesquisas de opinião, grupos de foco, seminários, *workshops*, painéis e outros. Também deve-se citar a frequência com que esses instrumentos são aplicados;
- Os tipos de informação obtidas com as pesquisas, assim como o uso que é feito delas (base para indicadores, referências para benchmarking, etc.);
- Impacto do diálogo com as partes interessadas no processo de engajamento das mesmas, e sua conseqüente influência nas instâncias de tomada de decisão.

10. Indicadores de Desempenho

Nesse item, a empresa expõe seus indicadores de desempenho no que diz respeito à responsabilidade social, os quais constituem elementos essenciais na viabilização do diálogo com seus diferentes públicos.

É importante que se esclareçam possíveis dificuldades na coleta de dados, e que a empresa se posicione diante de tais dificuldades. Também é necessário que os dados sejam complementados com relatos que exponham o contexto e questões de interesse geral.

A estrutura aqui proposta apresenta um conteúdo mínimo para a padronização do balanço social como ferramenta de referência e apresentação para a sociedade de resultados relevantes da gestão da empresa. Além disso, outros indicadores são sugeridos para complementar e permitir maior transparência quanto às atividades desenvolvidas pela empresa.

Ao todo, os indicadores estão distribuídos em:

Aspectos Qualitativos: descrição de resultados e práticas de gestão que representam indicadores de desempenho em responsabilidade social.

Indicadores Quantitativos: resultados mensuráveis e monitorados apresentados em números.

Outros Indicadores Sugeridos: descrição tanto de informações qualitativas, quanto de indicadores quantitativos.

Além disso, são sempre bem-vindas explicações e dados complementares que a empresa decida incluir como indicadores a fim de demonstrar questões mais específicas sobre seu negócio.

10.1. Indicadores de Desempenho Econômico

Este grupo de indicadores busca dar transparência aos impactos econômicos da empresa, nem sempre contemplados de uma maneira simples nos demonstrativos financeiros convencionais. Nesse sentido, propõe-se a apresentação de informações relativas a:

Aspectos Qualitativos

Descrever os impactos econômicos causados pela empresa que afetam direta ou indiretamente a sociedade, tais como:

- Impactos no país por meio da geração e distribuição de riqueza por parte da empresa;
- Resultados oriundos da produtividade obtida no período;
- Procedimentos, critérios e retornos de investimentos realizados na própria empresa e na comunidade.

Indicadores Quantitativos

I. Geração e distribuição de riqueza

Geração de riqueza	2004	2005	2006	Meta 2007
(A) Receita Bruta				
(B) Bens e Serviços adquiridos de terceiros				
(C) Valor adicionado bruto (A - B)				
(E) Valor adicionado líquido (C - D)				
(F) Transferências Resultado da equivalência patrimonial Resultado de participações societárias Receitas financeiras				
(G) Valor adicionado a distribuir (E + F)				

Distribuição por partes interessadas	2004	2005	2006	Meta 2007
GOVERNO				
Impostos expurgados os subsídios (isenções)				
EMPREGADOS				
Salários				
Encargos previdenciários				
Previdência privada				
Benefícios				
Participação nos resultados				
FINANCIADORES				
Remuneração de capital de terceiros				
ACIONISTAS				
Juros sobre capital próprio e dividendos				
RETIDO				
Lucros retidos/prejuízo do exercício				

INSTRUÇÕES PARA PREENCHIMENTO

1. Geração de Riqueza (em milhares de R\$)	
(A) Receita bruta	Total da receita obtida por meio das atividades operacionais da empresa. (As receitas financeiras não devem ser incluídas.)
(B) Bens e serviços adquiridos de terceiros	Refere-se a todos os gastos na aquisição de bens e serviços necessários às atividades operacionais da empresa (materiais-primas consumidas + custo das mercadorias e serviços vendidos + materiais, energia, serviços de terceiros + perda/recuperação de valores ativos).
(C) Valor adicionado bruto (A - B)	-
(D) Retenções (depreciação, amortização, exaustão)	Perda de valor de algum ativo em decorrência do uso, da ação do tempo, da obsolescência tecnológica ou da redução no preço de mercado (máquinas, equipamentos e edificações).
(E) Valor adicionado líquido (C - D)	-
(F) Transferências Resultado da equivalência patrimonial Resultado de participações societárias Receitas financeiras	Receitas obtidas por meio das atividades não-operacionais da empresa.
(G) Valor adicionado a distribuir (E + F)	-

2. Distribuição por Partes Interessadas (em milhares de R\$)	
GOVERNO	
Impostos, expurgados os subsídios (isenções)	Impostos, pagos aos governos federal, estadual e municipal (ICMS, IPI, ISS, IPTU, imposto sobre operações financeiras e outros). São considerados uma remuneração pelo apoio das instituições governamentais à estrutura social, política e econômica que propicia à empresa condições de operação em seu ambiente.
EMPREGADOS	
Salários	Valor total dos salários brutos pagos pela empresa.
Encargos previdenciários	Encargos sociais e trabalhistas pagos pelo empregador (FGTS, indenizações etc.)
Previdência privada	Gastos do empregador com planos de previdência privada.
Benefícios	Total dos benefícios oferecidos aos empregados (assistência médica, alimentação, creche etc.)
Participação nos resultados	Valor pago aos empregados na forma de participação nos resultados da empresa.
FINANCIADORES	
Remuneração do capital de terceiros	Representa a remuneração do capital de terceiros sob a forma de juros. Os juros representam a forma de remuneração de determinados ativos (empréstimos, obrigações, depósitos a prazo e títulos negociáveis).
Juros sobre capital próprio e dividendos	Total dos dividendos pagos aos acionistas.
Lucros retidos/prejuízo do exercício	Lucro ou prejuízo ocorrido no período.

II. Produtividade

Indicadores de produtividade	2004	2005	2006	Meta 2007
Margem Bruta				
Margem Líquida				
Giro dos ativos (margem líquida/ativo médio)				
Retorno sobre ativo (ROA) (Lucro Operacional/Ativo Médio*)				
Índice de endividamento (empréstimos + financiamentos/patrimônio líquido)				
Índice de liquidez				

* Lucro Operacional = Receita Líquida - Custo dos Produtos ou serviços vendidos - despesas de vendas, despesas gerais e despesas administrativas.

III. Investimentos

Itens de investimento	2004	2005	2006	Meta 2007
Pesquisa e desenvolvimento				
Melhoria da produtividade				
Aumento da capacidade produtiva				
Educação/treinamento				
Programas para a comunidade				

Outros indicadores sugeridos:

- Efeitos/impactos econômicos decorrentes da abertura, transferência ou fechamento de unidades da empresa;
- Valores envolvidos na terceirização de processos e serviços;
- Investimentos visando melhoria de desempenho da cadeia produtiva (fornecedores, distribuidores, etc.);
- Desempenho da empresa no cumprimento de contratos com fornecedores.

10.2 Indicadores de Desempenho Social

Os indicadores de desempenho social buscam expressar os impactos das atividades da empresa sobre o público interno, fornecedores, consumidores/clientes, a comunidade, o governo e a sociedade em geral.

I. PÚBLICO INTERNO

A empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores, consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da Organização Internacional do Trabalho (OIT), até porque isso é um pressuposto indispensável. A empresa deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento de suas relações com funcionários. A seguir listamos os aspectos e indicadores que devem ser contemplados com relação a este stakeholder:

1. Diálogo e Participação

1.1. Relação com sindicatos

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política de relacionamento e negociações com as entidades sindicais visando solucionar demandas dos trabalhadores e consolidar a prática de interlocução transparente com essas entidades, em torno de objetivos compartilhados.
- Conquistas obtidas.
- Desafios para o próximo período.

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006
Número de greves registradas no período			

1.2. Gestão participativa

Aspectos Qualitativos

- Descrição de política de gestão participativa que incentivem o envolvimento dos empregados na solução dos problemas e desafios da empresa.
- Conquistas obtidas.
- Desafios para o próximo período.

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Número de inovações/melhorias implantadas a partir de sugestões de empregados				
Número de representantes dos empregados que participam de comitês de gestão ou nas decisões estratégicas				

2 Respeito ao Indivíduo

2.1. Compromisso com os Direitos das Crianças

Aspectos Qualitativos

- Descrição de políticas e programas que visem garantir os direitos das crianças, sua sobrevivência, desenvolvimento, proteção e participação.
- Descrição de políticas de não-contratação e combate à mão-de-obra infantil na empresa e na cadeia produtiva.
- Descrição de programas de contratação de aprendizes.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de mão-de-obra infantil				
Número de menores aprendizes na empresa				

2.2. Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo

Aspectos Qualitativos

- Descrição de políticas de não-contratação e combate ao trabalho forçado (ou análogo ao escravo) na empresa e na cadeia produtiva.
- Descrição de projetos articulados, isoladamente ou em conjunto com o governo ou outras organizações, programas e atividades que visem erradicar o trabalho forçado (ou análogo ao escravo) de forma geral.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de trabalho forçado (ou análogo ao escravo)				

2.3. Valorização da Diversidade e Promoção da Equidade Racial e de Gênero

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política e dos mecanismos formais existentes de valorização da diversidade e combate a todas as formas de discriminação negativa.
- Descrição de projetos/programas para melhorar a oferta de profissionais qualificados provenientes de grupos usualmente discriminados no mercado de trabalho como negros (pretos e pardos), mulheres, indivíduos com idade superior a 45 anos, desempregados a mais de dois anos, portadores de deficiência física ou mental e ex-detentos.
- Descrição de programas de contratação, promoção, e mobilidade interna com critérios que contemplem a promoção da equidade racial, e a promoção da equidade de gênero.
- Descrição das conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

Indicadores Quantitativos

I. Perfil dos empregados (dados do ano corrente)

Empregados	Percentual em relação ao total de empregados	Percentual em cargos de gerência em relação ao total de cargos de gerência	Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos executivos
Mulheres			
Mulheres negras (pretas e pardas)			
Homens negros (pretos e pardos)			
Pessoas com deficiência			
Pessoas acima de 45 anos			

II. Perfil de salários (salário médio no ano corrente)

Categorias	Homens Negros (pretos e pardos)	Homens Brancos	Mulheres Negras (pretas e pardas)	Mulheres Brancas
Cargos Executivos				
Cargos Gerenciais				
Cargos de Supervisão				
Cargos Funcionais				

3 Trabalho Decente

3.1. Política de Remuneração, Benefícios e Carreira

Aspectos Qualitativos

- Descrição das políticas de carreira, e das ações de estímulo aos empregados por meio de remuneração e benefícios.

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente				

3.2. Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política empresarial na busca por padrões internacionais de cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho, incluindo certificações e uso de ferramentas como SA8000, OHSAS, etc.
- Descrição de programas que visem o equilíbrio social e emocional de seus empregados, inclusive terceirizados, tais como: programa específico para a saúde da mulher, política de privacidade de informações sensíveis sob responsabilidade da área de recursos humanos, processos formais de combate ao assédio moral e ao assédio sexual, combate ao estresse, prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool, compensação de horas extras inclusive para cargos executivos, etc.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Média de horas extras por empregado/ano				
Média de acidentes de trabalho por empregado/ano				
Índice de absentismo				
Percentual dos acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou de prestadores de serviço				
Percentual dos acidentes que resultaram em mutilação ou outros danos à integridade física de empregados e/ou de prestadores de serviço, com afastamento permanente do cargo (incluindo LER)				
Percentual dos acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço				

3.3. Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

Aspectos Qualitativos

- Descrição de políticas e programas de investimentos em capacitação e desenvolvimento profissional dos empregados e fortalecimento da empregabilidade.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano				
Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação				
Percentual de estagiários na força de trabalho				
Número de analfabetos na força de trabalho				
Percentual de mulheres analfabetas na força de trabalho				
Percentual de mulheres com Ens. Fundamental (1ª a 4ª série) na força de trabalho				
Percentual de mulheres com Ens. Fundamental (5ª a 8ª série) na força de trabalho				
Percentual de mulheres com Ensino Médio na força de trabalho				
Percentual de mulheres com Ensino Superior completo na força de trabalho				
Percentual de homens analfabetos na força de trabalho				
Percentual de homens com Ens. Fundamental (1ª a 4ª série) na força de trabalho				
Percentual de homens com Ens. Fundamental (5ª a 8ª série) na força de trabalho				
Percentual de homens com Ensino Médio na força de trabalho				
Percentual de homens com Ensino Superior completo na força de trabalho				

3.4. Relações com Trabalhadores Terceirizados

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política de relacionamento com trabalhadores terceirizados
- Descrição das políticas e procedimentos de exigência para que os trabalhadores terceirizados tenham condições semelhantes às de seus próprios empregados.
- Descrição das conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006
Total de empregados (mulheres e homens) terceirizados			
Percentual de empregados terceirizados em relação ao total da força de trabalho			
Do universo de trabalhadores terceirizados:			
Percentual de mulheres em relação ao total de trabalhadores terceirizados			
Percentual de mulheres negras (pretas e pardas) em relação ao total de trabalhadores terceirizados			
Percentual de homens negros (pretos e pardos) em relação ao total de trabalhadores terceirizados			
Percentual de pessoas com deficiência			
Percentual de pessoas acima de 45 anos			
Nesse universo de trabalhadores terceirizados:			
Salário médio mensal de mulheres brancas – em reais			
Salário médio mensal de mulheres negras – em reais			
Salário médio mensal de homens brancos – em reais			
Salário médio mensal de homens negros – em reais			

3.5. Comportamento Frente a Demissões

Aspectos Qualitativos

- Descrição de política/critério de demissão que sustentam as decisões quando da necessidade de redução de pessoal tais como transparência no processo, avaliação socioeconômica para definição de prioridades, financiamento para capacitação e recolocação, manutenção de benefícios etc.

Indicadores quantitativos

	2004	2005	2006
Número de empregados no final do período			
Total do passivo trabalhista no fim do período			
Total de processos trabalhistas em aberto no fim do período			
Número total de demissões no período			
Número total de admissões no período			
Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos			

3.6. Preparação para aposentadoria

Aspectos Qualitativos

- Descrição de programa formal de preparação para a aposentadoria por meio da qual oferece oportunidades de aproveitamento da capacidade de trabalho dos aposentados e previdência privada.
- Descrição de programas de orientação e aconselhamento (coletiva e individual) para aposentadoria, discutindo aspectos psicológicos e de planejamento financeiro.
- Descrição das conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

	2004	2005	2006
Número de beneficiados pelo programa de preparação para aposentadoria			
Número de lideranças e chefias treinadas quanto à questão do impacto emocional da aposentadoria e importância da preparação do empregado			

II. FORNECEDORES

A empresa socialmente responsável envolve-se com seus fornecedores e parceiros e vai além de cumprir os contratos estabelecidos, trabalhando pelo aprimoramento de suas relações de parceria. Cabe à empresa transmitir os valores de seu código de conduta a todos os participantes de sua cadeia de fornecedores, tomando-o como orientador em casos de conflitos de interesse. A empresa deve conscientizar-se de seu papel no fortalecimento da cadeia de fornecedores, atuando no desenvolvimento dos elos mais fracos e na valorização da livre concorrência.

1 SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

1.1 Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política e dos critérios utilizados na escolha de seus fornecedores, tais como exigências por padrões de conduta nas relações com os trabalhadores ou com o meio ambiente que contribuam com o desenvolvimento sustentável do planeta.
- Descrição da política de disseminação de seus valores pela cadeia de fornecedores e empresas parceiras.
- Descrição da política de incentivo de seus fornecedores e parceiros a aderir aos compromissos que a empresa adota perante a sociedade.

	2004	2005	2006	Meta 2007
Total de fornecedores				
Número de fornecedores por porte				
Treinamentos, cursos, palestras ou reuniões sobre práticas de responsabilidade social oferecidas aos fornecedores				
Números de fornecedores que receberam visitas de inspeção de práticas de responsabilidade social				
Total pago por bens, materiais e serviços adquiridos no período				

1.2. Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política de auxílio no desenvolvimento de pequenas e micro empresas, priorizando-as na escolha de seus fornecedores e auxiliando-as a desenvolverem seus processos produtivos e de gestão.
- Descrição das conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Número de capacitações oferecidas aos fornecedores (pequenas e micro empresas)				

III. CONSUMIDORES E CLIENTES

A responsabilidade social em relação aos clientes e consumidores exige da empresa o investimento permanente no desenvolvimento de produtos e serviços confiáveis, que minimizem os riscos de danos à saúde dos usuários e das pessoas em geral.

A publicidade de produtos e serviços deve garantir seu uso adequado. Informações detalhadas devem estar incluídas nas embalagens e deve ser assegurado suporte para o cliente antes, durante e após o consumo. A empresa deve alinhar-se aos interesses do cliente e buscar satisfazer suas necessidades.

1 DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

1.1. Política de Comunicação Comercial

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política de comunicação comercial e seu alinhamento com os valores e princípios da empresa.
- Descrição de políticas específicas de comunicação voltada ao público infanto-juvenil.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores Quantitativos

Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor	2004	2005	2006	Meta 2007
Quantidade de processos administrativos (Procon, IPEM, Vigilância Sanitária)				
Quantidade de processos judiciais (cíveis e criminais) recebidos				

Outros Indicadores Sugeridos

- Cuidados com informações contidas em rótulos, embalagens, bulas e outros materiais de comunicação.
- Iniciativas de transformação da política de marketing da empresa em um canal aberto de comunicação e educação dos consumidores/clientes.
- Situações envolvendo o Código de Defesa do Consumidor.

1.2. Excelência do Atendimento

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política de relacionamento com clientes e consumidores.
- Descrição da política de atendimento à clientes e consumidores.
- Descrição das conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Vendas Líquidas				
Total de consumidores ou clientes				
Total de ligações atendidas pelo SAC				
Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC				
Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC				
Tempo médio de espera no telefone do SAC até o início do atendimento (em minutos)				
Quantidade de inovações implantadas em razão da interferência do ouvidor e/ou do serviço de atendimento ao consumidor/cliente				

Outros Indicadores Sugeridos

- Iniciativas junto a fornecedores, distribuidores e assistência técnica, visando criar uma cultura de respeito e valorização dos consumidores.
- Programas de treinamento contínuo para profissionais de atendimento.
- Sistemas internos de resposta e atuação na ocorrência de danos para consumidores/clientes.

1.3. Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

Aspectos Qualitativos

- Descrição dos processos de gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Número de processos sofridos por não-cumprimento de regulamentação relacionados à saúde e segurança do consumidor/cliente				
Número de produtos retirados do mercado por pressão de clientes/consumidores ou órgãos de defesa				
Número de produtos/serviços proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil				
Número de melhorias implementadas com o objetivo de oferecer produtos e serviços mais seguros				

Outros Indicadores Sugeridos

- Programas de gerenciamento da privacidade do cliente;
- Cuidados no aperfeiçoamento contínuo de produtos e serviços visando eficiência na utilização de matérias-primas, segurança no uso e descarte adequado;

IV. COMUNIDADE

A comunidade em que a empresa está inserida fornece-lhe infra-estrutura e o capital social representado por seus empregados e parceiros, contribuindo decisivamente para a viabilização de seus negócios. O investimento pela empresa em ações que tragam benefícios para a comunidade é uma contrapartida justa, além de reverter em ganhos para o ambiente interno e na percepção que os clientes têm da própria empresa. O respeito aos costumes e culturas locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais devem fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais.

1 RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

1.1. Gerenciamento do impacto na comunidade de entorno e relacionamento com organizações locais

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política de relacionamento com a comunidade.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Número de reclamações da comunidade de entorno por impactos causados pelas atividades da empresa				
Número de melhorias implantadas nos processos da empresa a partir das reclamações da comunidade				

2 Ação Social

2.1. Envolvimento e Financiamento da Ação Social

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política e estrutura de governança e financiamento da ação social da empresa.
- Descrição da estratégia da empresa para valorização e qualificação de projetos sociais beneficiados pela empresa.
- Descrição das conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Percentual do faturamento bruto destinado à ação social (não incluir obrigações legais, nem tributos, nem benefícios vinculados à condição de empregados da empresa.				
Do total destinado à ação social, percentual correspondente a doações em produtos				
Do total destinado à ação social, percentual correspondente a doações em espécie				
Do total destinado à ação social, percentual correspondente a investimentos em projeto social próprio				
Do total destinado à ação social, percentual correspondente à publicidade				
Percentual de empregados que realizam trabalhos voluntários na comunidade externa à empresa				
Quantidade de horas mensais doadas (liberadas do horário normal de trabalho) pela empresa para trabalho voluntário de funcionários				

Outros Indicadores Sugeridos

- Mecanismos de inclusão das ações sociais no planejamento estratégico da empresa.
- Participação junto a outras empresas na discussão de problemas comunitários e no encaminhamento de soluções.
- Mecanismos de avaliação do impacto social de seus investimentos e projetos sociais com *feedback* ou participação de beneficiários.

V. GOVERNO E SOCIEDADE

A empresa deve relacionar-se de forma ética e responsável com os poderes públicos, cumprindo as leis e mantendo interações dinâmicas com seus representantes, visando a constante melhoria das condições sociais e políticas do país. O comportamento ético pressupõe que as relações entre a empresa e governos sejam transparentes para a sociedade, acionistas, empregados, clientes, fornecedores e distribuidores. Cabe à empresa manter uma atuação política coerente com seus princípios éticos e que evidencie seu alinhamento com os interesses da sociedade.

1 Transparência Política

1.1. Contribuições para Campanhas Políticas

- Descrição da política e dos procedimentos para a doação para partidos políticos.

1.2. Práticas Anticorrupção e Antipropina

- Descrição da política de combate à corrupção e antipropina.

2 Liderança Social

2.1. Liderança e Influência Social

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política de participação em associações, sindicatos e fóruns empresariais, impulsionando a elaboração conjunta de propostas de interesse público e caráter social.

2.2. Participação em Projetos Sociais Governamentais

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política de participação em projetos e ações governamentais e iniciativas voltadas para o aperfeiçoamento de políticas públicas na área social.

3 RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

3.1. Relações com a Concorrência

Aspectos Qualitativos

- Descrição das políticas de relacionamento com a concorrência (ou organizações de mesmo propósito), com apresentação das respectivas ações de prevenção e combate a práticas de concorrência desleal.
- Descrição das regras dessas políticas que tratem do posicionamento da empresa em relação às seguintes questões: pirataria, sonegação fiscal, contrabando, e adulteração de produtos e marcas.

10.3. Indicadores de Desempenho Ambiental

A empresa relaciona-se com o meio ambiente causando impactos de diferentes tipos e intensidade. Uma empresa ambientalmente responsável deve gerenciar suas atividades de maneira a identificar estes impactos, buscando minimizar aqueles que são negativos e amplificar os positivos. Deve, portanto, agir para a manutenção e melhoria das condições ambientais, minimizando ações próprias potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando para outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos neste sentido.

1 Responsabilidade Frente às Gerações Futuras

1.1. Comprometimento da Empresa com a melhoria da Qualidade Ambiental

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política/processos para desenvolvimento de projetos e investimentos visando a sustentabilidade ambiental do negócio da empresa e ações compensatórias pelo uso de recursos naturais e pelo impacto causado por suas atividades.
- Descrição de programa de pesquisa e desenvolvimento voltada para o uso de fontes de energia renovável.
- Descrição da política de atuação em áreas de preservação ambiental.
- Participação em comitês/conselhos locais ou regionais para discussão da questão ambiental com o governo e com a comunidade.
- Protocolo de Quioto: processos e resultados alcançados em direção à relação dos volumes de gases do efeito estufa emitidos na atmosfera, tais como CO₂ e metano.
- Protocolo de Montreal (sobre a destruição da camada de ozônio): processos e resultados alcançados em direção à redução dos volumes emitidos na atmosfera de gases nocivos à camada de ozônio, como o CFC.
- Descrição das conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (em reais)				
Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental				

1.2. Educação e Conscientização Ambiental

Aspectos Qualitativos

- Descrição de campanhas, projetos e programas educativos voltados para seus empregados, para a comunidade e para públicos mais amplos e envolvimento em iniciativas de fortalecimento da educação ambiental no âmbito da sociedade como um todo.

- Descrição de campanhas de conscientização ambiental, que deve ser acompanhada pela disseminação dos conhecimentos e intenções de proteção e prevenção ambiental para toda a empresa, a cadeia produtiva e a comunidade.
- Descrição das conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Número de empregados treinados nos programas de educação ambiental				
Número de campanhas realizadas para fortalecimento da educação ambiental na sociedade				
Percentual do faturamento bruto investido em iniciativas de educação ambiental				

2 Gerenciamento do Impacto Ambiental

2.1. Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços

- Descrição da política de relacionamento com os órgãos de fiscalização, com vistas à melhoria do sistema de proteção ambiental.
- Descrição da política que fundamenta o controle no processo produtivo com o objetivo de prevenir, minimizar ou eliminar os potenciais agentes poluidores do ar, da água e do solo. São aspectos importantes o desenvolvimento e a utilização de insumos, produtos e embalagens recicláveis ou biodegradáveis e a redução da poluição gerada. No caso desta última, também se inclui na avaliação a atitude da empresa na reciclagem dos resíduos e refugos originados em suas operações.
- Descrição de conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

Indicadores Quantitativos

Quantidade média de incidentes, autuações e/ou multas por violação das normas de proteção ambiental de:	2003	2004	2005	Meta 2006
Baixa gravidade				
Média gravidade				
Alta gravidade				
Número de horas de treinamento por ano para situações de emergência ambiental				
Número de autuações e/ou multas ambientais				
Percentual do faturamento bruto investido em estudos da cadeia produtiva de produtos ou serviços				
Melhorias implantadas nos processos operacionais existentes com o objetivo de prevenir, minimizar ou eliminar os potenciais agentes poluidores do ar, água e do solo				
Quantidade total de resíduos destinados adequadamente (pilhas, baterias, solventes, metais pesados, embalagens de agrotóxicos, óleos)				
Total do passivo ambiental no final do período				

2.2. Sustentabilidade da Economia Florestal

Aspectos Qualitativos

- Descrição das políticas e programas de verificação da origem e da cadeia de produção de insumos madeireiros e florestais utilizados em sua operação diária e/ou processo produtivo.

	2004	2005	2006	Meta 2007
Total de visitas realizadas para monitoramento da origem dos insumos				
Quantidade de insumos utilizados na operação diária ou no processo produtivo com origem verificada				
Quantidade de insumos utilizados na produção diária ou no processo produtivo com cadeia produtiva certificada				

2.3. Minimização de Entradas e Saídas de Materiais na Empresa

Aspectos Qualitativos

- Descrição da política de atuação ambientalmente responsável da empresa com foco no cuidado com as entradas e saídas de materiais de seu processo produtivo. Os principais parâmetros de entradas, comuns a todas as empresas, a utilização de energia, de água e de insumos necessários para a produção/prestação de serviços. A redução do consumo de energia, água e insumos leva à conseqüente redução do impacto ambiental necessário para obtê-los. Entre as principais saídas do processo produtivo estão as mercadorias, suas embalagens e os materiais não utilizados, convertidos em potenciais agentes poluidores do ar, da água e do solo.
- Descrição das conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

Indicadores Quantitativos

	2004	2005	2006	Meta 2007
Total investido em programas de melhoria ambiental (em reais)				
Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental				
Percentual do faturamento bruto gasto em programas de eficiência energética (em reais)				
Consumo anual de energia (em kWh)				
Consumo anual de combustíveis fósseis	2004	2005	2006	Meta 2007
gasolina/diesel (em litros)				
óleo combustível (em toneladas)				
gás - GLP/GN (em m ³)				
Consumo anual de água (em m³)	2004	2005	2006	Meta 2007
Volume médio anual de CO ₂ e outros gases do efeito estufa emitidos na atmosfera (ton.)				
Quantidade anual (em toneladas) de resíduos sólidos gerados (lixo, detritos, entulho etc.)				

Parte IV – ANEXOS

Demonstrativo do Balanço Social Modelo Ibase

Para conhecer em detalhes o balanço social modelo Ibase acesse o site www.ibasocial.org.br

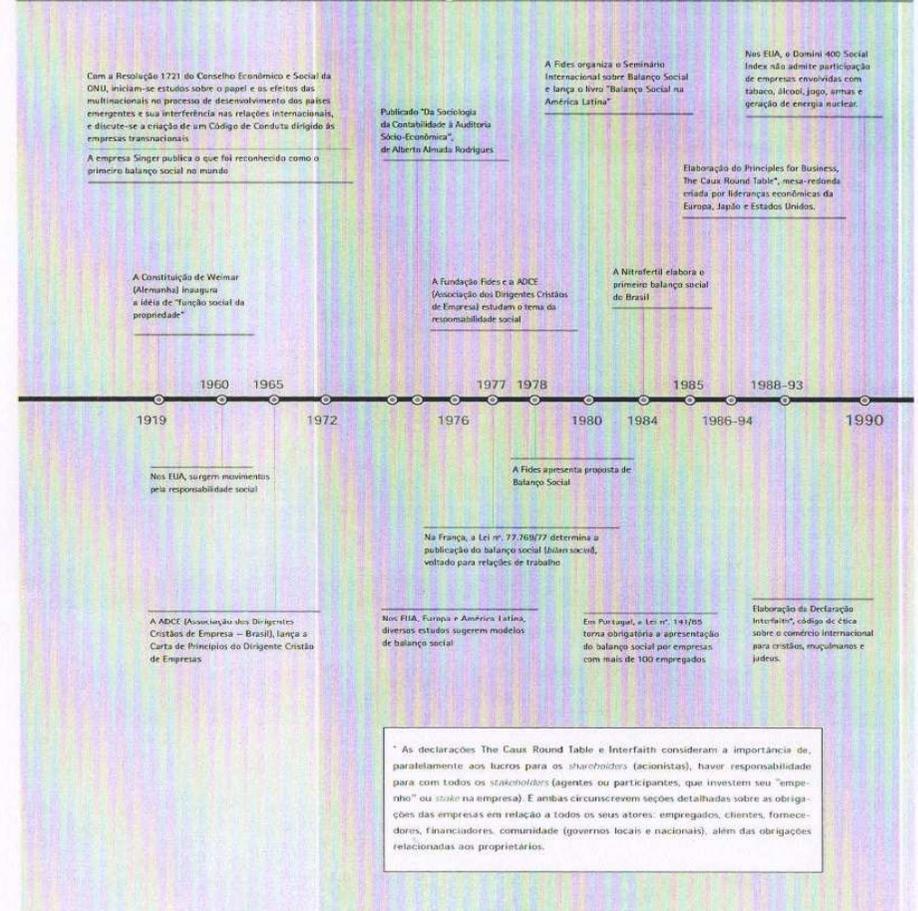
Iniciativas de interesse da sociedade – Projetos Sociais

- Apresentação e descrição das diversas iniciativas de caráter social, ambiental, cultural, entre outros, desenvolvidas pela empresa.
- Espaço para detalhamento de programas/parcerias sociais desenvolvidos para a comunidade citados no corpo do relatório.

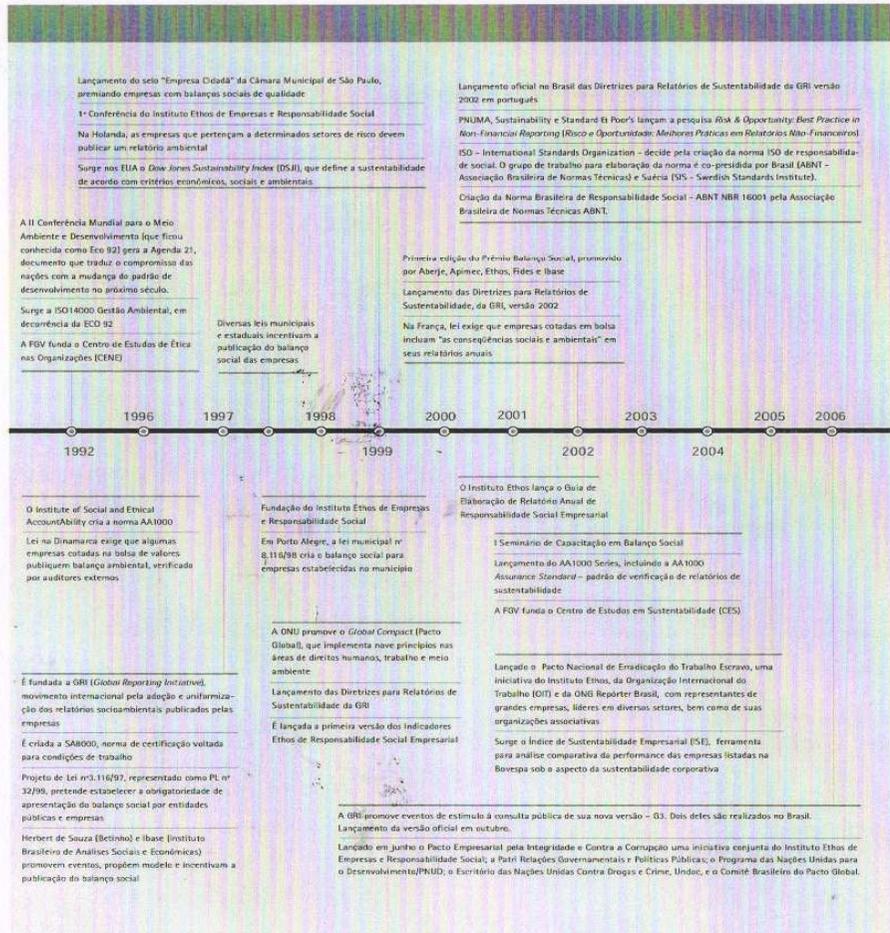
Notas gerais

- Espaço destinado à notas explicativas sobre contexto e metodologia do processo de coleta de informações, produção dos indicadores e auditorias realizadas. Inclusão de materiais sobre programas internos ou outros aspectos específicos de interesse de públicos da empresa.

Fatos que marcaram o surgimento e a evolução do balanço social



* As declarações The Caux Round Table e Interfaith consideram a importância de, paralelamente aos lucros para os *shareholders* (acionistas), haver responsabilidade para com todos os *stakeholders* (agentes ou participantes, que investem seu "empenho" ou *stake* na empresa). E ambas circunscrevem seções detalhadas sobre as obrigações das empresas em relação a todos os seus atores: empregados, clientes, fornecedores, financiadores, comunidade (governos locais e nacionais), além das obrigações relacionadas aos proprietários.



Referência Bibliográfica

- CARROL, Archie B. and BUCHHOLTZ, Ann K. *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*. Cincinnati: South-Western College Publishing, 1999.
- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. *Resolução CFC nº 1.003/04 (NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental)*. Disponível na Internet: www.cfc.org.br.
- DE LUCA, Márcia Martins Mendes. *Demonstração do Valor Adicionado: do Cálculo da Riqueza Criada pela Empresa ao Valor do PIB*. São Paulo: Atlas, 1998.
- Rodrigues, Alberto Almada. *Da Sociologia da Contabilidade à Auditoria Socioeconômica*
- GONELLA, Cláudia. *Making Values Count: Contemporary Experience in Social and Ethical Accounting, Auditing, and Reporting*. Londres: The Association of Chartered Certified Accountants, 1998.
- INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY. Disponível na Internet: www.accountability.org.uk.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. Disponível na Internet: www.ibase.org.br.
- _____. Disponível na Internet: www.balancosocial.org.br.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Disponível na Internet: <http://www.globalreporting.org>.
- _____. *Sustainability Reporting Guidelines*. Amsterdã: GRI, 2002.
- _____. *Sustainability Reporting Guidelines (rascunho)*. Amsterdã: GRI, 2006.
- KROETZ, César E. S. *Balanço Social*. São Paulo: Atlas, 2000.
- KÜNG, Hans. *Uma Ética Global para a Política e a Economia Mundiais*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- SROUR, Robert Henry. *Ética Empresarial*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- ZADEK, Simon. *Responsabilidade Social 1000 (AA1000) – Norma Básica em Responsabilidade Social e Ética, Auditoria e Relato*. Conferência Nacional 2000 do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (Trad. Paulo Ivo).

ANEXO C

0001 Instituto de Estudos Avançados

Balancete por Período

Livro: 7

Folha: 442

CNPJ: 01.354.395/0001-93
Consolidado

Período: 01/01/2009 a 31/12/2009

Classificação	Conta	Nome	Saldo Anterior	Débito	Crédito	Saldo Atual
1	10	ATIVO	923.249,97D	14.411.108,61	13.867.077,39	1.467.281,19D
1.1	20	ATIVO CIRCULANTE	426.417,06D	14.300.026,43	13.866.684,39	859.759,10D
1.1.01	30	DISPONIBILIDADE	13.636,88D	8.822.255,97	8.749.315,89	86.576,96D
1.1.01.01	40	CAIXA	2.809,25D	42.550,79	39.364,39	5.995,65D
1.1.01.01.001	50	Caixa Geral	2.809,25D	42.550,79	39.364,39	5.995,65D
1.1.01.02	60	BANCO CONTA MOVIMENTO	10.827,63D	8.428.712,22	8.358.958,54	80.581,31D
1.1.01.02.001	70	Banco do Brasil - C/C	1.836,02D	4.196.440,20	4.138.657,51	59.618,71D
1.1.01.02.002	80	Unibanco - C/C	7.479,06D	2.916.066,17	2.923.545,23	0,00
1.1.01.02.003	90	Besc - C/C	507,57D	984,16	1.491,73	0,00
1.1.01.02.004	2.940	Banco do Brasil Cursos - C/C	1.058,98D	0,00	1.058,98	0,00
1.1.01.02.005	4.100	Banco Itau	54,00C	936.355,13	933.188,07	3.113,06D
1.1.01.02.007	5.530	Banco Itau Plus	0,00	378.866,56	360.637,02	18.228,54D
1.1.01.02.999	5.260	(-) Cheque Pendentes	0,00	0,00	380,00	380,00C
1.1.01.03	100	APLICAÇÕES FINANCEIRAS	0,00	350.992,96	350.992,96	0,00
1.1.01.03.002	120	Unibanco - A/F	0,00	350.992,96	350.992,96	0,00
1.1.02	5.320	REALIZÁVEL A CURTO PRAZO	412.780,18D	5.477.770,46	5.117.368,50	773.182,14D
1.1.02.01	140	CLIENTES	384.193,25D	5.233.097,72	4.897.309,28	719.981,69D
1.1.02.01.001	150	SEBRAE/SC	130.519,86D	2.458.469,97	2.258.633,14	330.356,69D
1.1.02.01.002	160	SEBRAE Nacional	115.106,39D	1.615.249,21	1.730.355,60	0,00
1.1.02.01.004	180	IVA - Instituto Voluntarios em Ação	0,00	21.150,00	21.150,00	0,00
1.1.02.01.011	3.140	Banco do Brasil - Cliente	5.000,00D	62.326,82	67.326,82	0,00
1.1.02.01.013	3.160	SEBRAE/SE	0,00	144.000,00	144.000,00	0,00
1.1.02.01.999	3.500	Clientes Diversos	133.567,00D	931.901,72	675.843,72	389.625,00D
1.1.02.03	230	ADIANTAMENTOS	28.586,93D	244.672,74	220.059,22	53.200,45D
1.1.02.03.001	240	Adiantamentos a Funcionarios	3,84D	1.492,64	1.122,42	374,06D
1.1.02.03.002	250	Adiantamentos a Fornecedores	938,38D	4.984,40	5.922,78	0,00
1.1.02.03.005	280	Adiantamentos para Viagens	0,00	1.600,00	400,00	1.200,00D
1.1.02.03.006	3.330	Adiantamentos 13 Salario	0,00	75.536,53	75.536,53	0,00
1.1.02.03.007	3.340	Adiantamentos Férias	27.644,71D	161.059,17	137.077,49	51.626,39D
1.3	490	ATIVO NÃO CIRCULANTE	496.832,91D	111.082,18	393,00	607.522,09D
1.3.02	550	IMOBILIZADO	496.832,91D	111.082,18	393,00	607.522,09D
1.3.02.01	560	BENS E DIREITOS EM USO	496.832,91D	111.082,18	393,00	607.522,09D
1.3.02.01.001	570	Computadores e Periféricos	279.407,77D	34.167,68	0,00	313.575,45D
1.3.02.01.002	580	Máquinas e Equipamentos	49.293,62D	1.125,98	0,00	50.419,60D
1.3.02.01.003	590	Móveis e Utensílios	135.263,84D	20.537,03	393,00	155.407,87D
1.3.02.01.006	620	Direito de Uso de linha Telefônicas	1.600,00D	0,00	0,00	1.600,00D
1.3.02.01.007	630	Softwares	31.144,18D	55.251,49	0,00	86.395,67D
1.3.02.01.008	640	Marcas e Patentes	123,50D	0,00	0,00	123,50D
2	800	PASSIVO	923.452,51C	5.807.542,92	6.088.068,96	1.203.978,55C
2.1	810	PASSIVO CIRCULANTE	377.316,74C	5.807.542,92	6.088.068,96	657.842,78C
2.1.01	820	FORNECEDORES	38.916,12C	1.492.574,94	1.468.324,47	14.665,65C
2.1.01.01	830	FORNECEDORES DE SERVIÇOS	33.850,83C	1.385.114,80	1.365.929,62	14.665,65C
2.1.01.01.001	840	Illuxi Consultoria e Design	0,00	31.520,00	31.520,00	0,00
2.1.01.01.002	850	Coordinare Consultoria e Assessoria	0,00	1.250,00	1.250,00	0,00
2.1.01.01.003	860	Quality Consultoria e Assessoria	0,00	36.000,00	36.000,00	0,00
2.1.01.01.004	870	Artégê Serviços e Representações	0,00	53.534,08	53.534,08	0,00
2.1.01.01.005	880	Suprema Assessoria Contábil	0,00	38.597,49	38.597,49	0,00
2.1.01.01.009	3.040	eCentry Tecnologia da Informação	7.925,40C	47.552,40	39.627,00	0,00
2.1.01.01.010	3.060	ABU - Serviços de Informática	0,00	32.115,00	32.115,00	0,00
2.1.01.01.011	3.070	109 Serviços Postais	0,00	4.344,30	4.344,30	0,00
2.1.01.01.012	3.190	Unisenior Sistemas e Processos Administrativos	2.226,48C	3.088,48	862,00	0,00
2.1.01.01.013	3.200	Educare Consultoria Pedagógica	0,00	119.500,00	119.500,00	0,00
2.1.01.01.014	3.210	Ponto Com Comunicação Ltda	0,00	17.650,00	17.650,00	0,00
2.1.01.01.015	3.220	128 Fastlane Internet	5.000,00C	32.500,00	27.500,00	0,00

0001 Instituto de Estudos Avançados

Balancete por Período

Livro: 7

Folha: 443

CNPJ: 01.354.395/0001-93

Período: 01/01/2009 a 31/12/2009

Consolidado

Classificação	Conta	Nome	Saldo Anterior	Débito	Crédito	Saldo Atual
2.1.01.01.019	3.270	Leite Consultoria	0,00	41.944,00	41.944,00	0,00
2.1.01.01.020	3.410	Way Out Viagens e Turismo Ltda	0,00	29.255,98	31.055,32	1.799,34C
2.1.01.01.028	3.520	Dirnebler Tecnologia Ltda	0,00	54.284,78	54.284,78	0,00
2.1.01.01.029	5.010	Fpalermo Consultoria	0,00	18.357,50	18.357,50	0,00
2.1.01.01.030	5.120	Coan Indústria Gráfica	0,00	3.503,00	3.503,00	0,00
2.1.01.01.031	3.710	Continental Turismo Ltda	0,00	62.863,15	65.614,32	2.751,17C
2.1.01.01.032	5.430	Loca Web	0,00	69.790,00	69.790,00	0,00
2.1.01.01.999	2.120	Fornecedor Serviços Diversos	18.698,65C	687.464,64	678.880,83	10.115,14C
2.1.01.02	890	FORNECEDORES DE INSUMOS E MATERIAIS	2.482,48C	63.882,62	61.400,14	0,00
2.1.01.02.001	900	Aquinpel Suprimentos Informática	0,00	5.631,14	5.631,14	0,00
2.1.01.02.999	2.950	Fornecedor Insumos Diversos	2.482,48C	58.251,48	55.769,00	0,00
2.1.01.03	950	FORNECEDORES DE IMOBILIZADO	2.582,81C	43.577,52	40.994,71	0,00
2.1.01.03.001	960	Teletex Computadores e Sistemas	2.334,81C	9.835,81	7.501,00	0,00
2.1.01.03.007	5.410	Local X Distribuidora	0,00	550,70	550,70	0,00
2.1.01.03.008	5.460	Pauta Distribuidora	0,00	7.306,55	7.306,55	0,00
2.1.01.03.999	2.960	Fornecedor Imobilizados Diversos	248,00C	25.884,46	25.638,46	0,00
2.1.02	1.010	EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	0,00	390.297,42	682.000,00	291.702,58C
2.1.02.01	1.020	EMPRÉSTIMOS BANCÁRIOS	0,00	390.297,42	682.000,00	291.702,58C
2.1.02.01.002	1.040	Empréstimos - Unibanco	0,00	118.297,42	410.000,00	291.702,58C
2.1.02.01.004	5.220	Empréstimos - Banco Itaú	0,00	272.000,00	272.000,00	0,00
2.1.03	1.060	OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	27.206,83C	151.568,02	151.017,47	26.656,28C
2.1.03.01	1.070	IMPOSTOS E CONTRIBUIÇÕES A RECOLHER	0,00	9.389,84	9.389,84	0,00
2.1.03.01.005	1.120	ISS a Recolher	0,00	442,58	442,58	0,00
2.1.03.01.006	3.400	IPTU a Pagar	0,00	8.947,26	8.947,26	0,00
2.1.03.02	1.150	IMPOSTOS E ENGARGOS RETIDOS A RECOLHER	27.206,83C	142.178,18	141.627,63	26.656,28C
2.1.03.02.001	1.160	IRRF a Recolher - PF	26.604,17C	100.789,77	99.359,01	25.173,41C
2.1.03.02.002	1.130	IRRF a Recolher - PJ	426,66C	13.496,96	13.730,12	659,82C
2.1.03.02.003	1.170	Retenções Federais 4,65% a Recolher	0,00	26.887,61	27.710,66	823,05C
2.1.03.02.004	1.180	INSS Retido a Recolher	176,00C	1.003,84	827,84	0,00
2.1.04	1.190	OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS E PREVIDENCIARIAS	177.670,22C	2.783.653,21	2.773.306,78	167.323,79C
2.1.04.01	1.200	FOLHA DE PAGAMENTO	105.517,61C	1.664.247,79	1.651.507,82	92.777,64C
2.1.04.01.001	1.210	Salários a Pagar	102.381,61C	1.428.629,02	1.419.025,05	92.777,64C
2.1.04.01.003	1.230	Estagiaros a Pagar	3.136,00C	41.722,01	38.586,01	0,00
2.1.04.01.005	1.250	13o Salário a Pagar	0,00	121.603,69	121.603,69	0,00
2.1.04.01.007	1.270	Rescisões a Pagar	0,00	72.293,07	72.293,07	0,00
2.1.04.02	1.280	ENCARGOS TRABALHISTAS	72.152,61C	1.119.405,42	1.121.798,96	74.546,15C
2.1.04.02.001	1.290	INSS a Pagar	54.396,74C	713.655,14	711.166,88	51.908,48C
2.1.04.02.002	1.300	FGTS a Pagar	17.460,22C	155.998,95	161.095,98	22.557,25C
2.1.04.02.003	1.310	GRR a Pagar	0,00	20.370,82	20.370,82	0,00
2.1.04.02.004	1.320	Contribuição Sindical a Pagar	93,11C	10.211,20	10.198,51	80,42C
2.1.04.02.005	1.330	Vale Transporte a Pagar	202,54C	34.011,06	33.808,52	0,00
2.1.04.02.006	3.290	Vale Alimentação a Pagar	0,00	185.158,25	185.158,25	0,00
2.1.05	1.340	CONTAS A PAGAR	19.709,56C	482.212,36	472.081,19	9.578,39C
2.1.05.01	1.350	OUTRAS CONTAS A PAGAR	19.709,56C	482.212,36	472.081,19	9.578,39C
2.1.05.01.001	1.360	Aluguéis a Pagar	0,00	134.554,65	134.554,65	0,00
2.1.05.01.002	1.370	Telefone a Pagar	139,90C	56.134,92	55.995,02	0,00
2.1.05.01.003	1.380	Energia Elétrica a Pagar	3.027,97C	39.645,48	36.617,51	0,00
2.1.05.01.004	1.390	Água e Esgoto a Pagar	189,20C	3.437,54	3.248,34	0,00
2.1.05.01.005	3.000	Condomínio e Vigilância a Pagar	1.800,06C	25.792,69	26.117,57	2.124,94C
2.1.05.01.006	3.050	Associações e Conselhos a Pagar	1.024,02C	60.616,97	59.905,95	313,00C
2.1.05.01.007	3.170	Convênio com Universidade a Pagar	9.432,92C	66.473,32	59.053,48	2.013,08C
2.1.05.01.009	3.530	Cartão de Crédito BB a Pagar	4.095,49C	23.051,61	18.956,12	0,00
2.1.05.01.011	5.470	Cartão de Crédito Itaú a Pagar	0,00	18.926,41	23.457,05	4.530,64C
2.1.05.01.999	5.040	Outras Contas a Pagar	0,00	53.578,57	54.175,30	596,73C

0001 Instituto de Estudos Avançados

Balancete por Período

Livro: 7

Folha: 444

CNPJ: 01.354.395/0001-93

Período: 01/01/2009 a 31/12/2009

Consolidado

Classificação	Conta	Nome	Saldo Anterior	Débito	Crédito	Saldo Atual
2.1.06	1.400	PROVISÕES	113.814,01C	481.724,80	515.826,88	147.916,09C
2.1.06.01	1.410	PROVISÕES TRABALHISTAS	113.814,01C	481.724,80	515.826,88	147.916,09C
2.1.06.01.001	1.420	Provisão para Férias	113.814,01C	270.440,63	304.542,71	147.916,09C
2.1.06.01.002	1.430	Provisão para 13o Salário	0,00	211.284,17	211.284,17	0,00
2.1.07	2.970	OUTRAS OBRIGAÇÕES	0,00	25.512,17	25.512,17	0,00
2.1.07.01	2.980	ADIANTAMENTOS DE CLIENTES	0,00	25.512,17	25.512,17	0,00
2.1.07.01.001	2.990	Adiantamento de Clientes	0,00	25.512,17	25.512,17	0,00
2.3	3.480	PATRIMÔNIO SOCIAL	546.135,77C	0,00	0,00	546.135,77C
2.3.03	1.570	SUPERÁVIT OU DÉFICIT ACUMULADOS*	546.135,77C	0,00	0,00	546.135,77C
2.3.03.01	1.580	Superávit Acumulados	556.357,03C	0,00	0,00	556.357,03C
2.3.03.03	1.600	Superávit ou Déficit do Exercício	10.221,26D	0,00	0,00	10.221,26D
3	1.610	RECEITAS	0,00	0,00	5.234.517,67	5.234.517,67C
3.1	1.620	RECEITAS OPERACIONAL	0,00	0,00	5.234.517,67	5.234.517,67C
3.1.01	1.630	Receita com Prestação de Serviços	0,00	0,00	5.232.900,90	5.232.900,90C
3.1.02	1.640	Receita com Mensalidades de Associados	0,00	0,00	1.040,00	1.040,00C
3.1.04	5.110	Receita com Cursos/Livros	0,00	0,00	576,77	576,77C
4	1.740	CUSTOS E DESPESAS	202.54D	5.218.396,80	247.384,31	4.971.215,03D
4.1	1.750	DESPESAS OPERACIONAIS	202.54D	4.114.181,96	183.244,91	3.931.139,59D
4.1.01	1.760	DESPESAS E CUSTOS GERAIS	0,00	758.659,41	11.176,53	747.482,88D
4.1.01.001	1.770	Aluguéis/Condômino - Op	0,00	157.273,78	0,00	157.273,78D
4.1.01.003	1.790	Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica - Op	0,00	1.532,50	0,00	1.532,50D
4.1.01.004	1.800	Viagens - Op	0,00	82.931,42	3.651,96	79.279,46D
4.1.01.005	1.810	Diárias e Estadias - Op	0,00	17.504,27	0,00	17.504,27D
4.1.01.006	1.820	Combustíveis e Lubrificantes - Op	0,00	2.486,61	0,00	2.486,61D
4.1.01.011	1.870	Manutenção e Conservação - Op	0,00	39.014,64	248,00	38.766,64D
4.1.01.012	1.880	Telefone - Op	0,00	39.215,79	0,00	39.215,79D
4.1.01.013	1.890	Energia Elétrica/Água e Esgoto - Op	0,00	39.865,85	0,00	39.865,85D
4.1.01.014	1.900	Seguros - Op	0,00	7.941,07	7.000,00	941,07D
4.1.01.015	1.910	Projetos/Promoções/Eventos - Op	0,00	57.035,80	0,00	57.035,80D
4.1.01.017	1.930	Material Publicitário/Marketing - Op	0,00	24.030,64	0,00	24.030,64D
4.1.01.018	1.940	Bens de Pequeno Valor - Op	0,00	597,50	0,00	597,50D
4.1.01.019	2.850	Manutenção de Equipamentos - Op	0,00	1.140,00	0,00	1.140,00D
4.1.01.020	2.860	Locação de Equipamentos/Veículos - Op	0,00	3.225,00	0,00	3.225,00D
4.1.01.021	2.880	Marcas e Patentes - Op	0,00	200,00	0,00	200,00D
4.1.01.022	2.890	Material Didático/Jornais - Op	0,00	12.012,64	89,07	11.923,57D
4.1.01.023	2.910	Despesas com Alimentação - Op	0,00	19.898,57	0,00	19.898,57D
4.1.01.024	2.930	Despesas Internet / Comunicação - Op	0,00	207.981,59	0,00	207.981,59D
4.1.01.025	3.180	Desenvolvimento/Manutenção de Software - Op	0,00	29.561,88	0,00	29.561,88D
4.1.01.026	3.510	Doações - Ação Social	0,00	2.623,50	187,50	2.436,00D
4.1.01.029	3.800	Material de Consumo - Op	0,00	5.939,13	0,00	5.939,13D
4.1.01.999	2.900	Despesas Diversas - Op	0,00	6.847,23	0,00	6.847,23D
4.1.02	1.950	DESPESA COM PESSOAL	202.54D	2.784.482,14	172.068,38	2.612.616,30D
4.1.02.001	1.960	Salários - Op	0,00	1.357.242,00	14.326,09	1.342.915,91D
4.1.02.002	1.970	Estágios - Op	0,00	40.072,74	0,00	40.072,74D
4.1.02.005	2.000	Rescisões - Op	0,00	10.754,20	4.051,57	6.702,63D
4.1.02.006	2.010	Férias - Op	0,00	177.855,77	2.033,32	175.822,45D
4.1.02.007	2.020	13o Salário - Op	0,00	123.741,99	528,52	123.213,47D
4.1.02.008	2.030	INSS - Op	0,00	481.223,19	71.549,47	409.673,72D
4.1.02.009	2.040	FGTS - Op	0,00	172.809,50	22.528,09	150.281,41D
4.1.02.010	2.050	Vale Transporte - Op	202.54D	28.413,52	10.639,21	17.976,85D
4.1.02.011	2.060	PAT - Programa de Alimentação do Trabalhador - Op	0,00	180.030,70	2.065,31	177.965,39D
4.1.02.012	2.070	Assistência Médica - Op	0,00	100.716,17	44.181,80	56.534,37D
4.1.02.014	2.090	Bolsa/Curso Superior Colaboradores	0,00	103.045,36	165,00	102.880,36D
4.1.02.015	3.310	Auxílio Creche - Op	0,00	8.477,00	0,00	8.477,00D

0001 Instituto de Estudos Avançados

Balancete por Período

Livro: 7

Folha: 445

CNPJ: 01.354.395/0001-93
Consolidado

Período: 01/01/2009 a 31/12/2009

Classificação	Conta	Nome	Saldo Anterior	Débito	Crédito	Saldo Atual
4.1.03	2.100	CUSTOS DE PROJETOS - SERVIÇOS CONTRATADOS	0,00	571.040,41	0,00	571.040,41D
4.1.03.002	2.130	Custos de Projetos - Pessoa Jurídica - Op	0,00	104.403,88	0,00	104.403,88D
4.1.03.004	2.150	Custos de Consultoria - Pessoa Jurídica - Op.	0,00	466.636,53	0,00	466.636,53D
4.2	2.170	DESPESAS ADMINISTRATIVAS	0,00	989.897,37	57.148,57	932.748,80D
4.2.01	2.180	DESPESAS ADMINISTRATIVAS GERAIS	0,00	290.846,52	159,25	290.687,27D
4.2.01.003	2.210	Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica - Adm	0,00	222.967,59	0,00	222.967,59D
4.2.01.017	2.350	Taxas/Cartorio/Postagens - Adm	0,00	29.568,40	159,25	29.409,15D
4.2.01.019	2.370	Despesas Bancárias - Adm	0,00	8.558,05	0,00	8.558,05D
4.2.01.020	2.380	Material de Expediente - Adm	0,00	19.264,49	0,00	19.264,49D
4.2.01.022	2.870	Sindicatos e Associações - Adm	0,00	7.328,46	0,00	7.328,46D
4.2.01.023	2.920	Taxas Administrativas - Adm	0,00	3.159,53	0,00	3.159,53D
4.2.02	2.400	DESPESA COM PESSOAL	0,00	699.050,85	56.989,32	642.061,53D
4.2.02.001	2.410	Salários - Adm	0,00	384.425,18	483,60	383.941,58D
4.2.02.005	2.450	Rescisões - Adm	0,00	980,19	741,96	238,23D
4.2.02.006	2.460	Férias - Adm	0,00	53.050,03	694,73	52.355,30D
4.2.02.007	2.470	13o Salário - Adm	0,00	34.626,65	120,61	34.506,04D
4.2.02.008	2.480	INSS - Adm	0,00	135.441,87	21.137,15	114.304,72D
4.2.02.009	2.490	FGTS - Adm	0,00	43.414,06	6.637,13	36.776,93D
4.2.02.010	2.500	Vale Transporte - Adm	0,00	5.079,00	3.314,75	1.764,25D
4.2.02.011	2.510	PAT - Programa de Alimentação do Trabalhador - Adm	0,00	5.103,62	423,37	4.680,25D
4.2.02.012	2.520	Assistência Médica - Adm	0,00	33.802,25	23.436,02	10.366,23D
4.2.02.015	3.300	Auxílio Creche - Adm	0,00	3.128,00	0,00	3.128,00D
4.3	2.560	DESPESAS TRIBUTÁRIAS	0,00	18.947,09	0,00	18.947,09D
4.3.01	2.560	DESPESAS TRIBUTÁRIAS GERAIS	0,00	18.947,09	0,00	18.947,09D
4.3.01.001	2.570	IPTU	0,00	8.947,26	0,00	8.947,26D
4.3.01.005	2.610	IOF	0,00	9.999,83	0,00	9.999,83D
4.4	2.620	RESULTADO FINANCEIRO	0,00	95.370,38	6.990,83	88.379,55D
4.4.01	2.630	DESPESAS FINANCEIRAS	0,00	95.370,38	9,32	95.361,06D
4.4.01.001	2.640	Juros Financeiros	0,00	72.850,22	9,32	72.840,90D
4.4.01.002	2.650	Juros Passivos	0,00	22.368,66	0,00	22.368,66D
4.4.01.003	2.660	Impostos Sobre Rendimento Financeiro	0,00	151,50	0,00	151,50D
4.4.02	2.690	RECEITAS FINANCEIRAS	0,00	0,00	6.981,51	6.981,51C
4.4.02.001	2.700	Rendimento com Aplicação Financeira	0,00	0,00	1.977,69	1.977,69C
4.4.02.003	2.720	Descontos Obtidos	0,00	0,00	5.003,82	5.003,82C

