

**A CONTABILIDADE COM ENFOQUE NO BALANÇO SOCIAL E SUAS
CONTRIBUIÇÕES PARA UMA GESTÃO ESTRATÉGICA EMPRESARIAL
EFICIENTE**

Vanessa Matildes de Lima¹

Simone Teles da Silva Costa²

Franciele Cristina Alves³

RESUMO: Este artigo teve por objetivo enfatizar como a contabilidade aliada à utilização do balanço social é uma importante ferramenta para a gestão estratégica empresarial. Utilizou-se uma pesquisa bibliográfica, através de uma revisão de literatura, com foco na contabilidade em um contexto social e ambiental. Neste estudo foi possível chegar à conclusão de que a sociedade está exigindo mais do que produtos das empresas, cobrando uma consciência maior das mesmas quanto aos impactos gerados na sociedade e no meio ambiente em decorrência de suas atividades. Detectou-se que investidores tendem a optar por investir em organizações socialmente responsáveis, sustentáveis e ao mesmo tempo rentáveis. Visando o auxílio na tomada de decisão quanto ao modelo de balanço social a ser utilizado nas organizações, foram apresentados os principais modelos utilizados no Brasil, dentre eles um internacional e dois nacionais: Global Reporting Initiative, Ibase, Ethos. Constatou-se que a contabilidade trabalhada de uma forma mais abrangente, com enfoque no balanço social representa um relevante papel para gestão estratégica empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Contabilidade; Balanço social; Gestão estratégica empresarial.

**THE ACCOUNTING FOCUS ON THE SOCIAL BALANCE AND ITS
CONTRIBUTIONS FOR EFFICIENT BUSINESS STRATEGIC MANAGEMENT**

ABSTRACT: This paper aimed to emphasize how accounting combined with the use of the social balance sheet is an important tool for strategic business management. We used a literature review, through a literature review, focusing on accounting in a social and environmental context. In this study it was possible to conclude that society is demanding more than companies' products, demanding a greater awareness of the impacts on society and the environment as a result of its activities. It has been found that investors tend to choose to invest in socially responsible, sustainable and at the same time profitable organizations. The main models used in Brazil, among them one international and two national: Global Reporting Initiative, Ibase, Ethos, were presented in order to help decision making regarding the social balance model to be used in organizations. It was found that the accounting worked

¹ Pós-graduada pela Faculdade em Venda Nova dos Imigrantes. E-mail: vanessa-lima-adm@hotmail.com.

² Mestre em Gestão Organizacional pela Universidade Federal de Goiás. Catalão. E-mail: simoneteless@hotmail.com.

³ Graduanda em Sistemas de Informação pela Universidade Federal de Uberlândia.

in a more comprehensive way, focusing on the social balance represents an important role for strategic business management. **KEY WORDS:** Accounting, Social Balance and Strategic Business Management.

KEY-WORDS: Accounting; Social Balance; Strategic Business Management.

1. INTRODUÇÃO

No atual cenário econômico, globalizado e cada vez mais competitivo, onde as organizações almejam sobressair ou mesmo sobreviver, a avaliação de variáveis internas e externas é uma necessidade em qualquer ramo de atividade. A contabilidade que já é uma grande aliada conhecida pelas empresas, além de contribuir para a visualização e compreensão de resultados financeiros pode amparar o enfoque social e ambiental como parte da gestão estratégica empresarial.

Para Filho (2005), a gestão estratégica é um processo contínuo, em observância das constantes mudanças ocorridas na sociedade e no ambiente empresarial, no qual um dos pontos mais relevantes é a implementação da estratégia competitiva da organização, que implica na compreensão de que as variáveis internas podem ter a mesma relevância das variáveis externas.

Nesse contexto, Vanzo (2017) classifica a contabilidade como ciência social aplicada, e ressalta a relação próxima entre a evolução da contabilidade e da sociedade, legitimando seu envolvimento social, afirmando sua utilização em prol da sociedade. A função social da contabilidade objetiva principalmente disponibilizar informações nos âmbitos econômicos e sociais, fatores estes que são de grande relevância para o processo de avaliação e tomada de decisões dentro das organizações.

Segundo Vegara, Rodrigues e Tonet (2014), na década de 1960, mais especificamente nos Estados Unidos, iniciou-se a criação de uma ferramenta objetivando a divulgação das atividades sociais das organizações agregado ao relatório de resultados financeiros, definido como relatório social. Em meados de 1970, na França, a sociedade começou a exigir das organizações uma atenção maior das empresas quanto à importância da responsabilidade social, e em decorrência deste fato, outros países europeus seguiram os mesmos passos. Determinou-se que a ferramenta seria chamada de balanço social,

considerando-se que, é um nome mais coerente em virtude do relatório de demonstrar aspectos qualitativos sociais e econômicos.

De acordo com Souza (2011), os balanços sociais, produzidos pela Singer, em 1972, na França, sem dúvida alguma representam um marco histórico no que se refere à responsabilidade social, considerando que foi a primeira empresa a produzir e apresentar um

A CONTABILIDADE COM ENFOQUE NO BALANÇO SOCIAL

balanço social. No Brasil foi elaborado o primeiro modelo de balanço social nos anos 80, porém somente no início da década de 90 algumas empresas optaram por apresentar em balanços, as atividades realizadas com foco em seus colaboradores, na comunidade e no meio ambiente. Em 1984, a Nitrofértil localizada no estado da Bahia, foi a primeira empresa brasileira a elaborar um balanço social. É importante destacar a citação de Vergara, Rodrigues e Tonet (2014), que ressalta que no Brasil ainda não existem leis que obriguem as empresas a publicar o balanço social, mas que existem legislações estaduais e municipais que incentivam a publicação.

Neves (2001) aponta que o balanço social contribui para uma gestão estratégica eficiente, no qual a função é tornar pública a responsabilidade social das organizações sendo publicado anualmente, explicitando claramente as ações tomadas pelas empresas em relação aos seus profissionais e à sociedade que nela está inserida. Nesse sentido, Oliveira (2013) ressalta que a forma de divulgação do balanço social pode variar, sendo possível ser um documento integrado ao relatório anual da empresa ou separado. E, em relação à sua exposição é importante ressaltar que o uso de tecnologias bem como a utilização da internet tem propiciado um aumento considerável.

Para os autores, Francischini, Pereira, Duarte e colaboradores (2005) é perceptível que a responsabilidade social não se trata mais apenas de uma questão de escolha, e sim de um ponto estratégico relevante da política das organizações. Os referidos autores citam ainda que a evolução da humanidade incentivou mudanças de comportamento no que se refere à valorização de questões morais e éticas, sendo que esta nova perspectiva traz impactos significativos para as empresas.

Desta maneira, apontam que é notória a existência de uma tendência mundial dos investidores visarem investir em empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e ao mesmo tempo rentáveis. São aplicações definidas como “investimentos socialmente responsáveis”. Assim o investidor entende que empresas sustentáveis agregam valor ao negócio no longo prazo, considerando-se que estas estão previamente preparadas para riscos econômicos, ambientais e sociais (TACHIZAWA e ANDRADE, 2008).

De acordo com Tenório et al. (2006) os indicadores de responsabilidade social das empresas permitem as mesmas avaliar o grau de envolvimento com questões sociais, além de contribuir para uma comunicação transparente com seus alvos interessados: acionistas, fornecedores, consumidores, etc. Portanto, entre as principais vantagens da implantação do balanço social está a verificação do nível de comprometimento das organizações com seus colaboradores, com a sociedade e com o meio ambiente.

Na visão de Tabarro (2011) o Balanço Social é um documento público que contém informações para o futuro das empresas, qualitativas e quantitativas sobre os efeitos das suas atividades na sociedade e no meio ambiente como um todo. Assim sendo, também uma forma de identificar sua missão social e uma ferramenta essencial no marketing social e na gestão estratégica em relevantes dimensões. Logo, Tabarro enfatiza ainda que é uma importante ferramenta que proporciona maior visibilidade para as empresas, em que é um instrumento de comunicação à nível internacional, também conhecido como: *Social Audit*, *Social Accounting*, *Social Balance* e *Intellectual Capital*.

Assim, Gelman e Parente (2008) reconhecem que as organizações não devem focar somente em impactos sociais de curto prazo, sendo imprescindível um processo minucioso para a identificação dos efeitos sociais a longo prazo e de suma importância até mesmo para a própria sobrevivência das mesmas.

Mediante a relevância desses fatores, o objetivo deste estudo é verificar o impacto da contabilidade com enfoque no balanço social como parte essencial de uma gestão estratégica empresarial eficiente.

2. METODOLOGIA DE PESQUISA

Este trabalho se propõe a realizar uma pesquisa bibliográfica, através da revisão de literatura com enfoque na relevância da contabilidade no contexto ambiental e social como parte essencial de uma gestão estratégica empresarial eficiente. O artigo é caracterizado como pesquisa empírico-analítica, cujo tipo de abordagem pode ser considerado descritivo, que visa mostrar através de diversos pontos de vista de diferentes autores, como a contabilidade com foco no balanço social pode contribuir para uma maior eficiência no processo de gestão na organização.

Para Santos e Caneloro (2006) o método de pesquisa é o caminho a ser seguido para a realização de pesquisa, podendo ser definido como ferramenta ou mecanismo utilizado em GETEC, v.8, n.20, p.204- 218/2019

uma investigação científica visando alcançar os objetivos almejados. Na visão de Wazlawick (2014) o método somente pode ser definido após o estabelecimento do objetivo da pesquisa.

De acordo com Rampazzo (2002) a pesquisa bibliográfica objetiva explicar um determinado problema, embasando-se em conteúdos contidos em livros, revistas, sites, etc; a qual pode ser utilizada tanto como um elemento de outras pesquisas ou trabalhada de forma independente. Rampazzo cita ainda que em qualquer tipo de pesquisa, é necessária uma pesquisa bibliográfica precedente.

Segundo Ciribelli (2003) a pesquisa bibliográfica, também conhecida como pesquisa exploratória, é o primeiro passo de qualquer trabalho científico, proporcionando uma gama maior de informações sobre o tema da pesquisa. Assim, ela visa o apoio ao pesquisador na definição dos seus objetivos a elaborar possíveis hipóteses de estudo, além de auxiliá-lo na descoberta de uma forma original de trabalhar o assunto, a qual é baseada em fontes primárias ou secundárias como livros e documentos.

Desta forma, Piana (2009) afirma que além de contribuir para o levantamento das pesquisas realizadas referentes ao assunto em pauta para estudo, a pesquisa bibliográfica possibilita o aprofundamento da investigação teórica que conduz a pesquisa.

3. CAPITALISMO CONSCIENTE E ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

No capitalismo consciente existem princípios relacionados à sustentabilidade ambiental, no qual, é enfatizada a harmonia com a natureza, visando que as organizações trabalhem em prol dos seus objetivos, porém respeitando o meio ambiente, focando implacavelmente na redução de danos causados ao mesmo em decorrência de suas atividades e na possível recuperação de ecossistemas (MACKEY; SISODIA, 2003). Desta forma, o capitalismo consciente compreende que os recursos naturais são finitos, assim, deve ser valorizado, preservado e protegido.

Na visão de Bhat e Sisodia (2017) um dos pilares do capitalismo consciente é a liderança, e para se ter uma liderança mais consciente são necessárias pessoas preparadas, pró-ativas e com valores bem definidos. Esses são fatores que devem ser refletidos em suas ações. Uma liderança consciente não visa somente lucro, ela é focada também no desenvolvimento social e nas questões relacionadas ao meio ambiente, demonstrando sua preocupação no âmbito em que se encontra estabelecida.

De acordo com Argenti (2014) os termos capitalismo consciente, cidadania empresarial, sustentabilidade e responsabilidade corporativa são utilizados pelas organizações em estratégias de marketing com o objetivo de adquirir a confiança e lealdade de seus

clientes. Portanto, pode favorecer consideravelmente a imagem das organizações, e consequentemente aumentar seu poder de competitividade em um mercado globalizado e concorrente. Assim, a responsabilidade empresarial implica no respeito da organização pelos interesses sociais e ambientais, demonstrado pela habilidade de reconhecer os impactos de suas atividades.

Para Fernandez (2010) o que muitas organizações esquecem é que a sociedade é a sua base, sendo que, seus profissionais, o meio ambiente, investidores, o governo, todos sem exceção, fazem parte da mesma. Logo, é a comunidade quem permite ou não a continuidade das atividades empresariais. Isto posto, certificações ambientais, projetos sociais como contribuições para áreas da educação e cultura, são ações realizadas por empresas conscientes, ou seja, empresas que valorizam fatores que contribuem para a evolução ou mesmo sua sobrevivência no mercado.

Desta forma, Filho, Roberto, Lettieri e colaboradores (2004) defendem que uma das principais características de empresa que tem em seus princípios a responsabilidade social e ambiental é a divulgação do balanço social, que demonstra transparência aos seus stakeholders, o que contribui para a criação e manutenção de uma boa imagem resultando em confiabilidade e credibilidade no mercado.

4. BALANÇO SOCIAL E PRINCIPAIS MODELOS UTILIZADOS NO BRASIL

De acordo com Santos, Gonçalves e Silva (2015) existem três modelos principais de balanço social utilizados no Brasil, sendo eles: Modelo Ibase, Guia de Elaboração de Balanço Social Instituto Ethos e Guia de Diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI).

4.1 Modelo Ibase

O modelo Ibase, criado em 1997 pelo Instituto Brasileiro de Análise Econômica, foi o primeiro modelo de padronização de informações sociais e ambientais utilizado no país, sendo este elaborado no formato de planilhas e que contabiliza informações sobre a folha de pagamento, os gastos com encargos sociais de seus colaboradores e a participação nos lucros (SANTOS; GONÇALVES; SILVA, 2015). Os autores também relatam as despesas com controle ambiental e investimentos sociais em diversas áreas como: saúde, educação, cultura, etc.

Para Oliveira (2008) a principal característica do modelo Ibase e sua grande vantagem é a simplicidade que torna-o mais objetivo e mais passível de adequabilidade, podendo ser utilizado por empresas de grande, médio e pequeno porte, de qualquer ramo de negócio. Assim, não é necessário nenhum tipo de formação específica para entendimento do modelo. Outra vantagem oferecida por este modelo é que permite uma avaliação rápida da evolução da empresa e possui um alto nível de aceitação, se tornando o mais popular entre as empresas brasileiras.

Segundo Vergara, Rodrigues e Tonet (2014) os indicadores do modelo Ibase são divididos em 5 blocos:

- 1- Indicadores sociais internos- capacitação de profissionais, previdência, alimentação, saúde, etc.;
- 2- Indicadores sociais externos- educação, combate a fome, esporte, etc.;
- 3- Indicadores ambientais- projetos e investimentos objetivando preservar o meio ambiente, melhorar, ou mesmo reduzir impactos causados pela atividade econômica praticada pela empresa;
- 4- Indicadores do corpo funcional- quantidade de colaboradores com vínculo empregatício, trabalhadores terceirizados, percentual de participação de cargos de gerência, etc.;
- 5- Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial.- englobam informações referentes a indivíduos da organização que se empenham na definição de projetos sociais e ambientais, bem como profissionais que foram beneficiados com a participação dos lucros e com a obtenção da previdência privada, etc.

Um marco importante para Instituto Brasileiro de Análise Econômico, de acordo com Neves (2001) foi o lançamento do Selo Balanço Social Ibase, em 1998, resultante do trabalho do sociólogo Herbert de Souza, com a colaboração da Petrobrás e do Jornal Gazeta Mercantil. O selo é fornecido pelo Ibase para as empresas que publicam anualmente o balanço social, sendo oferecido às organizações comprometidas com seus colaboradores, com a sociedade e com o meio ambiente. As empresas que recebem esse selo podem exibir o mesmo nas embalagens de seus produtos, e utilizá-lo como estratégia de marketing em campanhas publicitárias, mostrando para consumidores e parceiros que estão preocupadas não apenas com o lucro, mas também com a sociedade em geral, alcançando credibilidade e consequentemente maior nível de lealdade dos mesmos.

O Selo Balanço Social Ibase segundo Tude, Melo e Vasconcelos (2012), somente é entregue para empresas que publicam o balanço social de acordo com os indicadores citados por Vergara, Rodrigues e Tonet (2014): indicadores sociais internos, indicadores sociais

externos, indicadores do corpo funcional, indicadores ambientais e indicadores importantes quanto prática da cidadania empresarial.

4.2 Guia de Elaboração de Balaço Social Instituto Ethos

O modelo Ethos foi elaborado em 2000 pelo Instituto Ethos, uma ONG brasileira que tem como integrantes empresas de diversos setores e portes, objetivando o processo contínuo de avaliação e evolução das empresas. Os indicadores são basicamente: valores e transparência, público interno, meio ambiente, fornecedores, consumidores, clientes, comunidade, governo e sociedade. A diferença existente entre o modelo Ibase e este modelo é a introdução de princípios, indicadores e diretrizes para a criação de relatórios (SANTOS, GONÇALVES; SILVA, 2015).

De acordo com o Instituto Ethos (2018) neste modelo é utilizado um questionário, que permite verificar como está a gestão da empresa e um sistema online que através de informações preenchidas, disponibiliza relatórios com o objetivo de auxiliar no planejamento e na gestão de seus objetivos, visando a evolução no que se refere à responsabilidade social empresarial.

Segundo Lemos (2013) os indicadores Ethos foram estabelecidos com base em alguns critérios de pesquisa e de certificações nacionais e internacionais. Utilizou-se a ISO 9000, a ISSO 14000, a SA 8000 e a AA 1000, que são instrumentos de aprendizagem e avaliação do processo de gestão no que trata de boas práticas de responsabilidade social empresarial, bem como à vinculação destas ao planejamento estratégico e ao controle e desempenho da empresa como um todo. São ferramentas que proporcionam à Organização a autoavaliação e aprendizagem de utilização interna. Na figura abaixo são mostrados os indicadores estabelecidos pelo Instituto Ethos para a apresentação do balanço social.

Figura 1- Indicadores Ethos - Questionário principal (47 indicadores)

A CONTABILIDADE COM ENFOQUE NO BALANÇO SOCIAL

1-Visão e Estratégia	3- Social
Estratégia para a sustentabilidade	Monitoramento de impactos de negócios nos direitos humanos
Proposta de valor	Trabalho infantil na cadeia de suprimentos
Modelo de negócios	Trabalho forçado (ou análogo ao escravo) na cadeia de suprimentos
	Promoção da diversidade e equidade
	Relação com empregados (efetivos, terceirizados, temporários ou parciais)
2- Governança e Gestão	Relações com sindicatos
Código de conduta	Remuneração e benefícios
Governança da Organização (empresas de capital aberto e fechado)	Compromisso com desenvolvimento profissional
Compromissões voluntários e participação em iniciativas de SER/Sustentabilidade	Copromisso frente a demissões e empregabilidade
Engajamento das partes interessadas	Saúde e segurança dos empregados
Relações com investidores e relatórios financeiros	Condições de trabalho, qualidade de vida e jornada de trabalho
Relatos de sustentabilidade e relatos integrados	Relacionamento com o consumidor
Comunicação com responsabilidade social	Impactos decorrentes do uso dos produtos ou serviços
Práticas concorrenciais	Estratégia de comunicação responsável e educação para o consumo consciente
Contribuições para campanhas eleitorais	Gestão dos impactos da empresa na comunidade
Práticas Anticorrupção	Compromisso com o desenvolvimento da comunidade e gestão das ações sociais
Envolvimento no desenvolvimento de políticas públicas	Apoio ao desenvolvimento dos fornecedores
Gestão participativa	
Sistema de gestão integrado	4- Ambiental
Sistema de gestão de fornecedores	Governança das ações relacionadas às mudanças climáticas
Mapeamento dos impactos de operação e gestão de riscos	Adaptação às mudanças climáticas
Gestão da SER/Sustentabilidade	Sistema de gestão ambiental
	Prevenção da poluição
	Uso sustentável de recursos: materiais
	Uso sustentável de recursos: água
	Uso sustentável de recursos: energia
	Uso sustentabilidade da biodiversidade e restauração dos habitats Naturais
	Educação e conscientização ambiental
	Impactos do transporte, logística e distribuição
	Logística reversa

Fonte: Instituto Ethos, 2018.

Para Bôas (2011) através dos indicadores Ethos as empresas podem fazer uma análise interna referente a questões essenciais de uma gestão socialmente responsável, estabelecendo compromissos com a sociedade e com o meio ambiente, contribuindo desta forma para uma melhor perante aos seus stakeholders.

4.3 Guia de Diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI)

Desenvolvido em 2001 pela Global Reporting Initiative, uma organização internacional não governamental fundada em 1997, os relatórios desse modelo utilizam diretrizes para o desenvolvimento de relatórios, determinando os princípios e indicadores que as empresas podem empregar para medir e comunicar seu desempenho econômico, social e ambiental (SANTOS; GONÇALVES; SILVA, 2015).

Para Costa (2010) a GRI busca sempre estabelecer um padrão internacional de relatório econômico, social e ambiental, permitindo que as empresas apresentem de forma geral seu desempenho nessas áreas. Assim, podem propiciar um processo comparativo com o mercado, considerando uma excelente ferramenta de diálogo entre as organizações e seus stakeholders.

Segundo Bôas (2011) esta metodologia é a mais difundida e utilizada atualmente para a criação de relatório de sustentabilidade em todo o mundo que pode ser aplicado a todos os ramos de negócios, sejam eles públicos ou privados, de grande ou pequeno porte.

Colombo (2013) ressalta que o modelo GRI 3.1 é composto por 79 indicadores, divididos em seis categorias distintas, sendo elas: desempenho econômico, desempenho ambiental, práticas trabalhistas, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto.

Figura 2- G3- Diretrizes para a elaboração de relatório de sustentabilidade (

1- Indicadores de Desempenho Econômico	Quantidade	4- Indicadores de Desempenho Referentes aos Direitos Humanos	Quantidade
Aspectos		Aspectos	
Desempenho econômico	4	Práticas de investimento e de aquisições	3
Presença de mercado	3	Não-discriminação	1
Impactos econômicos indiretos	2	Liberdade de associação e acordo de negociação coletiva	1
Subtotal	9	Trabalho infantil	1
2- Indicadores de Desempenho Ambiental		Trabalho forçado e escravo	1
Aspectos		Práticas de segurança	1
Materiais	2	Direitos dos povos indígenas	1
Energia	5	Subtotal	9
Água	3	5- Indicadores de Desempenho Social Referente à Sociedade	
Biodiversidade	5	Aspectos	
Emissões, efluentes e resíduos	10	Comunidade	1
Produtos e serviços	2	Corrupção	3
Conformidade	1	Políticas públicas	2
Transporte	1	Concorrência desleal	1
Geral	1	Conformidade	1
Subtotal	30	Subtotal	8
3- Indicadores de Desempenho de Práticas Laborais e Trabalho Digno		6- Indicadores de Desempenho Referentes às Responsabilidades pelo Produto	
Aspectos		Aspectos	
Emprego	3	Saúde e Segurança do Cliente	2
Relações entre funcionários e administração	2	Rotulagem de produtos e serviços	3
Segurança e saúde no trabalho	4	Comunicações de marketing	2
Formação e educação	3	Privacidade do cliente	1
Diversidade e igualdade de oportunidades	2	Conformidade	1
Subtotal	14	Subtotal	9
Total de Indicadores	79		

Fonte: Global Reporter Initiative – 2007

Para Colombo (2013) o modelo GRI mostrado na figura acima está organizado de forma a permitir que cada organização estabeleça o número de indicadores a serem avaliados e defina se a mesma será auditada por uma empresa externa ou não. Embasando-se nestas definições, será possível produzir uma tabela comparativa e classificatória. A organização que conseguir disponibilizar em seus relatórios de no mínimo 10 indicadores englobando obrigatoriamente as questões ambientais, sociais e de governança, é atribuído o nível C da GRI. Se forem publicados pelo menos 20 indicadores, o nível considerado é o B. O nível A é alcançado quando são publicados todos os 79 indicadores.

5. FASES DA IMPLEMENTAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL

Segundo Tenório (2006) apud Kroetz (2000), no processo de implantação do balanço social são consideradas fases de grande importância:

1- Fase política- conscientização dos líderes das organizações quanto à importância da publicação do balanço social como uma ferramenta gerencial e de relações com a sociedade. A conscientização dos profissionais que compõem o quadro funcional das empresas é fundamental na visão da maior interação com a nova ferramenta;

2- Fase operacional- visa operacionalizar a demonstração do balanço social, uma fase que muitas vezes exige das empresas um aprimoramento ou mesmo a devida adequação da estrutura sistêmica, que busca proporcionar a devida coleta dos dados, o tratamento dos mesmos e finalmente a geração das informações;

3- Fase de gestão- nesta etapa o balanço social além de ser um instrumento meramente informativo para uma ferramenta de subsídio para a tomada de decisão dentro das organizações e para o planejamento estratégico das mesmas;

4- Fase de avaliação- é avaliado todo o processo de elaboração e divulgação das informações, e os impactos destas na gestão estratégica empresarial. É uma fase de suma importância que demonstra aos gestores como todo o processo que envolve a publicação do balanço está fluindo e avaliação principalmente dos resultados apresentados.

Assim, Santos, Gonçalves e Silva (2015) afirmam que a construção dos dados a serem divulgados no balanço social é ainda um desafio para as organizações e a sociedade e destacam praticamente as mesmas etapas de implantação citadas por Tenório (2006) apud Kroetz (2000): elaboração e implantação; consolidação do processo; análise dos demonstrativos e revisão periódica do processo.

Desta forma Vanzo (2017), além de compartilhar da mesma visão de Santos, Gonçalves e Silva (2015) e Tenório (2006) apud Kroetz (2000), destaca ainda que essa separação por fases representa a base de qualquer processo de gestão: planejamento, execução e controle, enfatizando que não se pode desvalorizar a fase que antecede ao planejamento, na qual abrange o processo de comunicação, convencimento e aceitação dos envolvidos.

6. BENEFÍCIOS DA UTILIZAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL PARA A GESTÃO ESTRATÉGICA EMPRESARIAL

A implantação do balanço social resulta em benefícios para as organizações, e dentre eles devem ser citados: avaliação da administração considerando resultados sociais e não apenas financeiros, demonstração das contribuições da empresa para a qualidade de vida da sociedade, e a verificação de como está o comprometimento social da organização com a sociedade, colaboradores e com o meio ambiente (TENÓRIO, 2006).

Segundo Oliveira (2013) existem vários motivos pelos quais as empresas publicam balanços sociais, sendo um dos principais apontados a exigência de stakeholders, quem buscam informações sociais e ambientais visando uma melhor imagem perante à sociedade.

Na visão de Neves (2001) as empresas podem utilizar a publicação do balanço social como estratégia de marketing em campanhas publicitárias, enfatizando que se preocupam com o bem estar social em geral, demonstrando ações e investimentos realizados de forma clara, conquistando desta forma, maior confiabilidade perante as partes interessadas.

A utilização do balanço social segundo Santos, Gonçalves e Silva (2015) não é obrigatória, porém ressaltam que uma revisão de literatura mostra benefícios para as empresas que o utiliza, dentre eles está o fato de expor atitudes responsáveis e corretas e que agrega valor a imagem da organização e, conseqüentemente atrai investidores. Portanto, os referidos autores Tachizawa e Andrade (2008) citam como grandes empresas de sucesso Microsoft, Nestle, Philips, Natura e Rhodia estão entre as 100 melhores empresas em cidadania e tem como parte da estratégia empresarial a publicação do balanço social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A população está cada vez mais consciente e exigente no que se refere às atividades empresariais e seus impactos na sociedade e no meio ambiente. O comprometimento com a responsabilidade social e ambiental é de suma importância para a imagem das organizações perante seus stakeholders.

Apresentou-se neste estudo os principais modelos de balanço social utilizados no Brasil, visando auxiliar aos gestores na tomada de decisão quanto ao modelo a ser utilizado nas empresas.

Concluiu-se que as empresas que tem a responsabilidade social dentro de sua estratégia organizacional não visam apenas lucro, mas também o bem estar da sociedade, resultando conseqüentemente em reconhecimento. Em decorrência disso, se tornam as preferidas dos consumidores (TUDE, MELO e VASCONCELOS, 2012).

Detectou-se que o papel da contabilidade, através do balanço social deixa de ser apenas um demonstrativo financeiro, contribuindo eficazmente para a demonstração dos investimentos realizados pela empresa em questões sociais e ambientais, que contribuem para uma imagem positiva das organizações perante parceiros, consumidores e investidores.

Constatou-se que a contabilidade com enfoque social e ambiental, pode exercer um papel ainda mais impactante na gestão estratégica das empresas através do balanço social, demonstrando desta forma, interesse pelas causas sociais e ambientais por parte das organizações, impactando diretamente na imagem das mesmas e contribuindo para a maior confiabilidade, visibilidade e conseqüentemente desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

ARGENTI, Paul A.. Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação. Tradução da 6ª edição. São Paulo: Elsevier, 2014.

BHAT, Nilima; SISODIA Raj. Liderança Shakti: o equilíbrio do poder feminino e masculino nos negócios. São Paulo: HSM, 2017.

BÔAS, Hariessa Cristina Villas. A indústria extrativista mineral e a transição para o desenvolvimento sustentável. Rio de Janeiro: CETEM, MCT, CNPq, 2011.

COLOMBO, Sonia Simões. Gestão universitária: os caminhos para a excelência. Porto Alegre: Penso, 2013

COSTA, Tiago. Responsabilidade Social Mundial: um movimento para a sustentabilidade. 1ª edição. Joinville, 2010.

CIRIBELLI, Marilda Corrêa. Como elaborar uma dissertação de mestrado através da pesquisa científica. Rio de Janeiro: Viveiros de Castro, 2003.

ETHOS. Indicadores Ethos- Publicações. Disponível em: <<https://www3.ethos.org.br/conteudo/indicadores-ethos-publicacoes/#.WxGcrUgvxoT.>> Acesso em 02 de junho de 2018.

FILHO, Emílio Herreiro. Balanced scorecard e a gestão estratégica: uma abordagem prática. 3ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FERNANDEZ, Henrique Montserrat. Falir jamais: gestão correta x crise, com a gestão correta não há crise que resista. Rio de Janeiro: Brasport, 2010.

FILHO, Adalberto Vieira Costa et al. Responsabilidade social das empresas: a contribuição da universidades, v. III. 3ª edição. São Paulo: Peirópolis 2004.

FRANCISCHINI, Andresa Silva Neto et al. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. Volume 4. São Paulo: Peirópolis, 2005.

GELMAN, Jacob Jacques; PARENTE, Juracy. Varejo socialmente responsável. Porto Alegre: Bookman, 2008.

_____. Instituto Ethos. Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis. Disponível em: https://www3.ethos.org.br/conteudo/indicadores/#.WvF_xYgvzcc . Acesso em 08 de maio de 2018.

Global Reporter Initiative. Disponível em <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Portuguese-G3-Reporting-Guidelines.pdf> >. Acesso em 02 de junho de 2018.

LEMOS, Haroldo Mattos. Responsabilidade socioambiental. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

MACKEY, John; SISODIA, Raj. Capitalismo consciente: como libertar o espírito heróico dos negócios. 1ª edição, 4ª impressão. São Paulo: HSM Editora, 2013.

NEVES, Márcia. Marketing Social no Brasil: a nova abordagem na era da gestão empresarial globalizada. Rio de Janeiro: E-papers, 2001.

OLIVEIRA, José Antônio Pupim de. Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social. 2 edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

OLIVEIRA, Jose Antônio Puppim de. Empresas na sociedade. 2ª Tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PIANA, Maria Cristina. A construção do perfil do assistente social no cenário educacional. São Paulo: UNESP, 2009.

PORTAL Ibase. Relatórios. Disponível em: < <http://ibase.br/pt/prestando-contas/relatorios/> >. Acesso em 09 de junho de 2018

RAMPAZZO, Lino. Metodologia científica: para alunos dos cursos de graduação e pós graduação. 3ª edição. São Paulo: Loyola, 2002.

SANTOS, Vanice dos; CANDELORO, Rosana J. Trabalhos acadêmicos: uma orientação para a pesquisa e normas técnicas. Porto Alegre: Age, 2006.

SANTOS, Fernando de Almeida; SILVA, Orlando Roque da; GONÇALVES, Luíz Cláudio. Experiências corporativas em sustentabilidade e responsabilidade social. São Paulo: Baraúna, 2015.

SOUZA, Adriana Gomes de. Responsabilidade social empresarial: ética ou marketing? Rio de Janeiro: Synergia, 2011.

TABARRO, Carmine. Da sociedade de risco a economia civil. Roma, Itália: Gregorian e Biblical Press, 2011.

TACHIZAWA, Takeshy; ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. Gestão socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

TENÓRIO, Fernando et al. Responsabilidade social empresarial: teoria e prática. 2ª ed. revista. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

TUDE, João Martins; MELLO, Leila Mara; VASCONCELOS, Yumara. Captação de recursos para projetos. Curitiba, PR: Iesde Brasil, 2012.

VANZO, Geni Francisca dos Santos. Contabilidade socioambiental. São Paulo: Senac, 2017.

VERGARA, Sylvia Helena Constant; RODRIGUES, Denize Ferreira; TONET, Helena Correa. Excelência no atendimento ao cliente. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2014.

WAZLAWICK, Raul Sidnei. Metodologia de pesquisa para ciência da computação. 2ª edição. São Paulo: Elsevier, 2014.