

Asociación Uruguaya de Historia Econômica (AUDHE)

Terceras Jornadas de Historia Econômica

Montevideo, 9 al Julio de 2003-05-14

Simpósio N° 10

Nombre del simposio: Experiências de organização social do desenvolvimento regional no Rio Grande do Sul, Brasil

Cordinadores: Dinizar Firmiano Becker, UNISC/UNIVATES (dinizar@dinizarbecker.ecn.br),
Pedro Silveira Bandeira, UFRGS (pedroban@orion.ufrgs.br)
Walter Frantz, UNIJUI (wfrantz@unijui.tche.br)

Título de la ponencia: O papel social do setor privado: a experiência do governo do Estado do Rio Grande do Sul através do Prêmio Responsabilidade Social - RS

Autores: Irineu Afonso Frey
Márcia Rosane Frey

Adscripción institucional: Universidade de Santa Cruz do Sul – RS - Brasil

Correo electrónico: Irineu Afonso Frey - frey@unisc.br
Márcia Rosane Frey - mfrey@unisc.br

O PAPEL SOCIAL DO SETOR PRIVADO: A EXPERIÊNCIA DO GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL ATRAVÉS DO PRÊMIO RESPONSABILIDADE SOCIAL - RS

Irineu Afonso Frey¹
Márcia Rosane Frey²

RESUMO

A prática de ações sociais está cada vez mais presente na gestão das empresas, sendo que sua evidenciação e divulgação através do Balanço Social representa um grande avanço democrático. Neste cenário, o presente estudo aborda a trajetória do Estado do Rio Grande do Sul, que através do certificado *Responsabilidade Social - RS*, instituído pela Lei n. 11.440/00, busca o fortalecimento da sociedade civil, com a difusão do conceito de responsabilidade social que tem como alvo a promoção da inclusão social e a cidadania plena. Para a análise foram utilizados os Balanços Sociais das empresas que participaram nas três edições do Prêmio Responsabilidade Social - RS, respectivamente em 2000, 2001 e 2002, onde buscou-se evidenciar o papel da responsabilidade social empresarial na dinâmica do desenvolvimento regional e sua vinculação ao desempenho econômico das empresas. O estudo parte do pressuposto que o exercício da responsabilidade social empresarial, reflete-se numa sociedade mais humana e igualitária, conseqüentemente tem-se uma comunidade local mais desenvolvida econômica e socialmente.

Palavras-chave: Responsabilidade social empresarial, Balanço Social, Desenvolvimento Regional e Ações sociais

ABSTRACT

The social practice of actions is more and more present in the management of the companies, being that its evidencing and disclosure through of the Social balance represents a great democratic advancement. In this setting, the present study approaches the trajectory of Rio Grande do Sul State, that through of its certificate *Social Responsibility - RS*, instituted by the Law n. 11.440/00, search the bracing of civil society, with the diffusion of the social responsibility concept that aims at the promotion of social enclosure and the full citizenship. Social Balances of the companies that participated in the three editions of the Prize *Social Responsibility - RS*, respectively in 2000, 2001 and 2002 were utilized for the analysis. We focused on to find out the role of the business social responsibility in the dynamics of regional development and its connection with companies economic performance. The study presupposes that the corporate social responsibility exercise is reflected in a human and equal society, consequently there is a local community more developed economic and socially.

Key-words: Corporate social responsibility, Social Balance, regional development and social actions.

¹ Doutorando em Engenharia da Produção-UFSC, professor do Departamento de Ciências Contábeis da UNISC,SCS/RS, E-mail: frey@unisc.br

² Doutora em Desenvolvimento Regional-UNISC, professora do Departamento de Ciências Contábeis da UNISC, SCS/RS, E-mail: mfrey@unisc.br

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, cada vez mais é questionado o papel da iniciativa privada na sociedade. Essa discussão se dá em nível global, nacional, regional e local. Os conceitos de responsabilidade social empresarial, cidadania corporativa, investimento social privado, balanço social, dentre outros, vêm sendo amplamente considerados, convergindo aproximadamente ao mesmo ponto: as mudanças da conduta de empresas privadas frente às questões sociais.

No Brasil, evidencia-se uma clara mudança no modo de gestão das empresas. Cresce, a cada ano, o volume de recursos e profissionais envolvidos nas ações sociais. São vários os motivos que impulsionam o investimento social privado, tais como: a ética e a cobrança da sociedade, melhora da imagem da empresa, complementação das ações do governo, satisfação pessoal, incentivos fiscais, acompanhamento do comportamento social que vem se revelando nos últimos anos, entre outros.

Com a globalização, as organizações privadas passaram a ser a âncora da racionalidade econômica, espaço antes ocupado pelo Estado que era o centro do poder econômico. Empresas e negócios estão mais conectados do que nunca entre si. Segundo Esteves “o poder de alcance das empresas está além das tradicionais fronteiras geográficas, econômicas e sociais” (2000, p. 111). Dada a inoperância do Estado em resolver questões de ordem social, as empresas passaram a assumir parte desse papel, com a vantagem de não ficarem limitadas às políticas locais, regionais ou nacionais, tendo maior flexibilidade e agilidade no equacionamento e solução de problemas sociais.

As empresas pela grande competitividade são movidas a buscar novos conhecimentos e focos, e também novas tecnologias de gerenciamento, com o objetivo de se manterem no mercado. A sua capacidade de se adequar às novas dinâmicas é muito superior ao modelo de gestão do Estado que, devido à descentralização, torna-se burocrático e conseqüentemente moroso.

Presencia-se, dessa forma, uma nova racionalidade social que vem se constituindo nesta onda de responsabilidade social. “Uma onda histórica que traz em seu bojo uma profunda crítica à atual configuração da nossa sociedade” (Busatto, 2002, p. 101). Nessa nova concepção, o que realmente é novo é a tomada de consciência cidadã de que não é mais admissível que se continue a viver numa sociedade tão desigual, injusta e desumana.

Especialmente nos últimos anos, a participação de agentes privados em questões públicas tem sido amplamente discutida e várias empresas já começaram a encontrar formas de disseminar a cidadania empresarial. Um grande defensor e idealizador da responsabilidade social nos negócios no Brasil foi o sociólogo Herbert de Souza que afirmava que responsabilidade social, muito mais do que pagar impostos, é o comprometimento da empresa com o destino do ambiente em que vive. Ressaltava, ainda, que “as empresas pública ou privada, queiram ou não, são agentes sociais no processo de desenvolvimento”, não restringindo a sua dimensão à “...determinada sociedade, cidade ou país, mas ao modo que se organiza e principalmente atua por meio de suas atividades essenciais” (Souza, 1997, p.2).

Há grandes expectativas de que a empresa, como motor principal do desenvolvimento, tenha uma liderança mais participativa para ajudar a abordar um espectro mais amplo de questões. Segundo Nelson Mandela, “não se pode mais entender o desenvolvimento como responsabilidade do governo unicamente. Ele exige...parceria...com a iniciativa privada, trabalhadores e organizações não-governamentais... Há muitas maneiras de as técnicas e o conhecimento especiais da comunidade empresarial ajudarem a atingir os objetivos de desenvolvimento” (apud GRAYSON e HODGES, 2002, p. 70).

Nesse cenário, tendo por objetivo o estudo dos processos econômicos e organizacionais das diferentes dinâmicas de organização social do desenvolvimento regional, o presente trabalho analisa a trajetória do Estado do Rio Grande do Sul que, através do certificado *Responsabilidade Social – RS*, instituído pela Lei n. 11.440/00, vem buscando o fortalecimento da sociedade civil e a promoção da inclusão social. Para fundamentar o estudo, inicialmente identifica-se e analisa-se os elementos históricos da responsabilidade social empresarial, através da contextualização conceitual do termo “responsabilidade social”, sua evolução e o Balanço Social com instrumento de sua evidenciação.

2 NATUREZA E CONCEITUAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A expressão ‘responsabilidade social’ suscita uma série de interpretações e indagações, sendo seu conceito muito amplo, ainda em construção. Nesse sentido, foram levantadas algumas definições que vêm sendo discutidas e apresentadas sobre a responsabilidade social nos negócios.

Segundo Pontes e Possamai (2002), a ‘responsabilidade social empresarial’ além de ser um tema novo também é conflitante e de difícil definição nos dias atuais. A sua prática vem de longos anos, porém cada vez mais as empresas buscam inserir no contexto estratégico a execução de projetos sociais com o intuito de resolver questões das comunidades onde estão inseridas.

Borger afirma que “A Responsabilidade Social Empresarial deve ser vista como parte da cultura, da visão e dos valores da empresa, requer uma filosofia e um compromisso articulados na afirmação da missão” (2001, p.72). Sob essa ótica, a empresa, antes de mais nada, deve declarar em todos os documentos a sua missão, os seus valores, princípios e objetivos sociais.

No entanto, o fato de uma empresa tornar explícita a sua responsabilidade social, em seus documentos internos, não garante que ela seja uma empresa socialmente responsável. Porém, isso gera um engajamento de toda a empresa, uma vez que o tema permeia todas as esferas da estrutura administrativa, incorporando-se à cultura organizacional.

Para Duffy (2000), as empresas atualmente estão preocupadas com o seu capital organizacional, pois percebem que, através da sua competência sistematizada e sistemas de alavancagem dos pontos fortes, conseguem otimizar a capacidade organizacional de criar valor. A criação de valor das empresas também é buscada através de sua atuação responsável. Segundo Drucker

O desempenho econômico é a primeira responsabilidade de uma empresa. Uma empresa que não apresente um lucro no mínimo igual ao seu custo de capital é

socialmente irresponsável. Ela desperdiça recursos da sociedade. O desempenho econômico é a base; sem ele não pode cumprir nenhuma outra responsabilidade, nem ser boa empregadora, uma boa cidadã, nem boa vizinha (1996, p. 70).

Na mesma linha de raciocínio, Wiegerinck afirma que “o fulcro da responsabilidade empresarial se define em dois momentos: como a empresa consegue o lucro e qual destino dá ao mesmo. O lucro é necessário. Uma empresa sem lucro é como uma pessoa sem saúde” (2003, p. 73). Ainda segundo o autor, Walter Friedman não teria sido tão criticado na sua afirmação de que a única responsabilidade social da empresa é produzir lucros se tivesse acrescentado de maneira responsável.

A Responsabilidade social, para Ashley, pode ser definida como

o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela (2002, p. 6).

No sentido amplo, pode-se afirmar que responsabilidade social é toda ação praticada pela empresa que contribua para a melhoria da qualidade de vida do ser humano. Froes e Melo Neto (2001) afirmam que a melhor maneira de analisar o conceito de responsabilidade social empresarial é identificar as diferentes visões a seu respeito. Nesse caso, as visões mais abrangentes são: a responsabilidade social como atitude e comportamento empresarial ético e responsável; a responsabilidade social como estratégia de relacionamento e agregação de valor; e a responsabilidade social como estratégia para desenvolvimento e inserção na comunidade. Denota-se nessas visões, um forte predomínio da estratégia empresarial na prática da responsabilidade social empresarial.

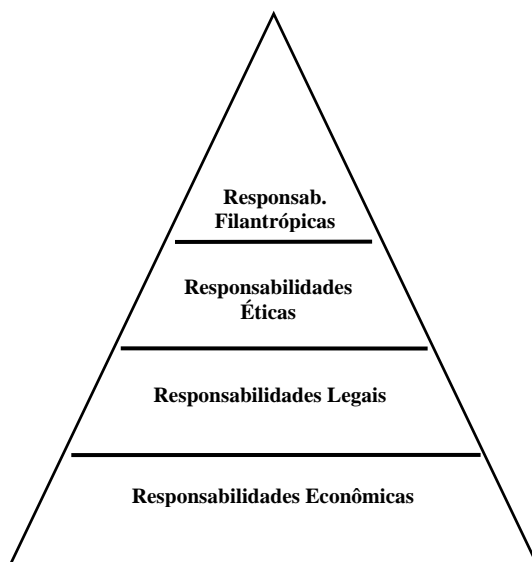
Conforme Abbagnado, dicionário de filosofia, responsabilidade é “a possibilidade de prever os efeitos do próprio comportamento e de corrigir o mesmo comportamento com base em tal previsão” (1970, p. 822). Brugger complementa “responsabilidade é uma consequência necessária da humana liberdade da vontade e da imputabilidade que nela radica” (1969, p. 362).

De acordo com Teixeira (1984), a responsabilidade social das empresas é uma resposta aos questionamentos e críticas que as mesmas receberam nas últimas décadas, nos campos social, ético e econômico, por adotarem uma política baseada na economia de mercado.

Um modelo conceitual para gestores das empresas, que contempla um significado amplo da responsabilidade social, é o proposto por Carroll, citado por Borger (2001). Esse modelo inclui um conjunto de responsabilidades dos negócios que engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e filantrópicas, estruturadas em forma de pirâmide, como mostra a FIGURA 1, tendo na sua base as responsabilidades econômicas, seguidas das responsabilidades legais, das responsabilidades éticas e, no seu topo, as responsabilidades filantrópicas.

Merece ser destacada a Responsabilidade Filantrópica que, segundo Borger (2001), consiste nas ações tomadas pela gerência em resposta às expectativas sociais, representando os

papéis voluntários que os negócios assumem uma sociedade que não provê uma expectativa clara e precisa, dirigida pelas normas sociais e atrelada ao julgamento individual dos gestores e das organizações. Representam ações sociais legalmente não obrigatórias, mas que estão se tornando, cada vez mais, estratégicas, como contribuições filantrópicas, condução de programas internos para usuários de drogas, treinamento de desempregados, programas comunitários, entre outros.



Fonte: Adaptado "The Pyramid of Corporate Social Responsibility", apresentado por Berger, 2001, p. 43.

FIGURA 1 - Pirâmide da Responsabilidade Social Empresarial - RSE

Nessa nova racionalidade social, a responsabilidade social deve ser resultado de uma reflexão interna, promovendo também uma efetiva participação de todo o corpo funcional. Conforme Grajew, responsabilidade social “envolve o comportamento ético e a qualidade das relações que a empresa estabelece com todos os seus públicos. É um processo contínuo de aprendizagem que, para se concretizar, deve estar incorporado à gestão dos negócios” (2000, p. 15)

Em direção a essa concepção de responsabilidade social, o Relatório Setorial do BNDES (2000) corrobora que a responsabilidade social corporativa não está situada apenas no âmbito da caridade ou da filantropia. Seu conceito está mais próximo das estratégias de sustentabilidade em longo prazo das empresas, passando a incluir a preocupação com os efeitos das atividades desenvolvidas e o objetivo de proporcionar bem-estar à comunidade.

3 ELEMENTOS HISTÓRICOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Nos Estados Unidos e na Europa, a responsabilidade social empresarial era aceita como doutrina até o século XIX, quando o Estado detinha o direito de conduzir negócios (Hood apud Ashley, 2002). Segundo Ashley (2002), a discussão sobre o papel social das empresas, nos Estados Unidos, deu-se por ocasião do litígio ocorrido no caso Dodge versus Ford, em 1916, vindo a público somente em 1919. Henry Ford, presidente e acionista majoritário, alegando

objetivos sociais, decidiu não distribuir parte dos dividendos esperados, revertendo-os para investimentos na capacidade de produção, aumento de salários, entre outros. Na época a Suprema Corte de Michigan decidiu favoravelmente aos Dodge sob a tese de que as empresas existem para gerar benefícios aos seus acionistas, portanto não cabendo tal retenção de dividendos.

Já em 1953, em outro caso julgado nos Estados Unidos, a Suprema Corte de Nova Jersey foi favorável à doação de recursos para a Universidade de Princeton, contrária aos interesses dos acionistas. A partir daí, a Justiça norte-americana estabeleceu que uma empresa pode buscar o desenvolvimento social, estabelecendo em lei a filantropia empresarial. Começou-se a discutir, desde então, no meio empresarial e acadêmico, a importância da responsabilidade social empresarial.

No mesmo ano H. R. Bowen, citado em Freeman e Stoner (1985), propôs um conceito de responsabilidade social que inspirou várias idéias sobre o tema. Bowen insistiu que os administradores de empresas tinham o dever moral de “implementar as políticas, tomar as decisões ou seguir as linhas de ação que sejam desejáveis em torno dos objetivos e dos valores de nossa sociedade” (apud Freeman e Stoner, 1985, p. 73). Na Europa, o início das discussões ocorreu no final da década de 1960.

No decorrer da década de 1960, conforme Pontes e Possamai (2002, p. 2), “a forma com que os gestores administravam mudou drasticamente devido a pressões oriundas dos vários movimentos sociais e atividades pertinentes ao emprego, proteção ambiental e proteção ao consumidor”, representando um marco para o surgimento da preocupação com os *stakeholders*.

As décadas de 1970 e 1980 chegaram com a preocupação de como e quando a empresa deveria responder sobre suas obrigações sociais. A ética empresarial começou a desenvolver-se e consolidou-se como um campo de estudo. A doutrina se difundiu pelos países europeus, tanto nos meios empresariais, quanto nos acadêmicos. A França em 1977 deu o primeiro passo oficial na formalização do assunto, instituindo uma lei que obrigou as empresas a elaborarem balanços periódicos de seu desempenho social no tocante à mão-de-obra e às condições de trabalho.

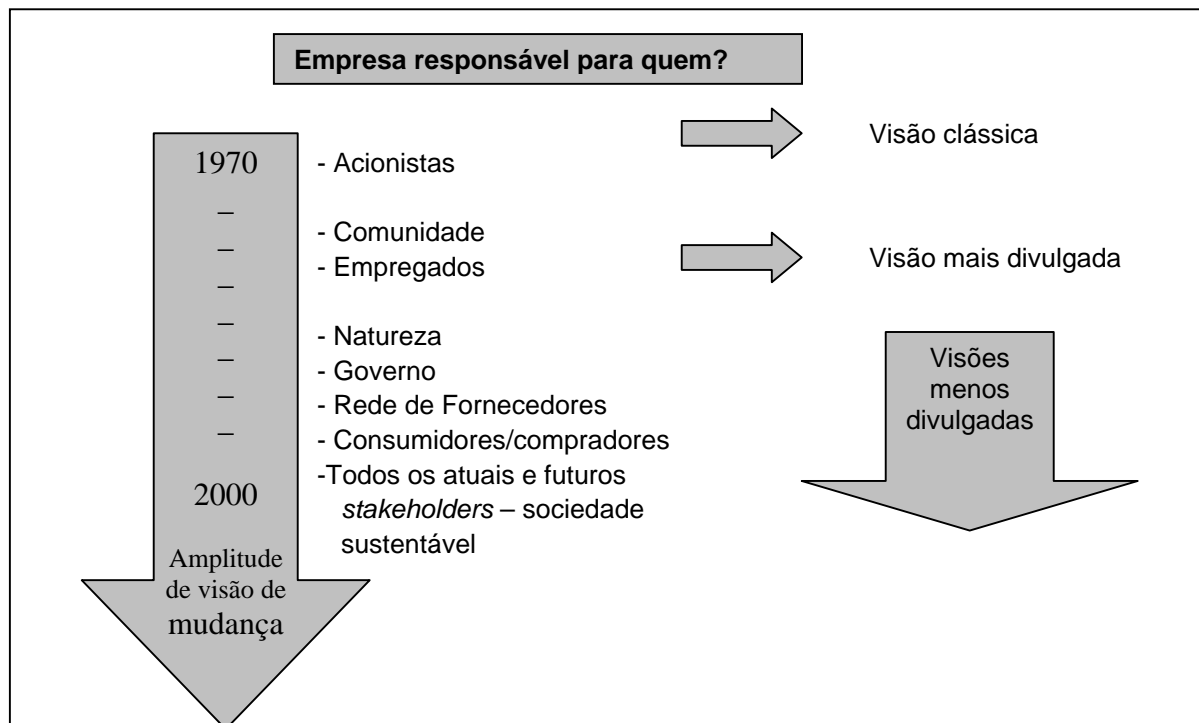
Já a partir de 1990 as grandes organizações passaram a incluir uma variável a mais nas suas decisões estratégicas, a dos *stakeholders*. A década de 90 é marcada com um aumento crescente na ênfase da Responsabilidade Social nas decisões estratégicas da empresa, resultando num incremento das práticas sociais.

No Brasil, o início da mudança da mentalidade dos empresários, segundo Freire e Silva (2001), pode ser notada no início dos anos 60, tendo como marco histórico do início da utilização explícita da expressão responsabilidade social a “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada em 1965. De acordo com Gonçalves (apud Freire e Silva, 2001), em 1974 foi elaborado e divulgado em todo o país o Decálogo do Empresário e em 1977 foi constituída e organizada a ADCE Brasil.

Ashley (2002), ao referir-se à evolução da Responsabilidade Social empresarial, afirma que a empresa socialmente responsável é aquela que está atenta às expectativas dos seus *Stakeholders* atuais e futuros, numa visão de sociedade sustentável. Nessa perspectiva, para quem

a empresa deve ser responsável? Ashley (2002) apresenta uma tendência histórica do comportamento da responsabilidade social empresarial.

QUADRO 01: Tendências históricas de ética e responsabilidade social corporativa



Fonte: ASHLEY (2002, p. 20)

A institucionalização da responsabilidade social empresarial, no Brasil, teve seu primeiro espaço claramente definido em 1981, com a criação do Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas - IBASE. Segundo Froes e Melo Neto, esse Instituto tinha propósitos transformadores como: “utilização dos modernos meios de computação eletrônica para coletar, analisar e tornar disponíveis os dados referentes às políticas governamentais; e substituição do ataque direto ao Estado pelo fortalecimento da ação dos grupos sociais” (2001, p. 19).

O IBASE pode ser considerado um dos melhores exemplos de profissionalização do chamado terceiro setor. Sua principal missão é identificar questões sociais, propor alternativas, interpelar, debater e mobilizar diferentes setores da sociedade brasileira para fazer a sua parte e em conjunto, enfrentar as situações e processos que condenam à miséria e à pobreza milhões de brasileiros. A exclusão de uma considerável parcela da população aos direitos econômicos, sociais e culturais é incompatível com a democracia, além de limitar a própria cidadania.

A criação do IBASE se deu graças ao empenho e a garra do sociólogo Herbert de Souza que, em 18 de junho de 1997, deu sua última e importante contribuição, associando o **Balanco Social** à demonstração da responsabilidade pública e cidadã das empresas brasileiras. Além de conchamar a todos para se engajarem na elaboração e divulgação do Balanco Social de suas empresas, ofereceu para isso um modelo concreto. Conforme Froes e Melo Neto (2001), o

IBASE iniciou um movimento que fortaleceu a sociedade civil, através do desenvolvimento da sensibilidade cidadã e da difusão de valores centrais como democracia e justiça, pela disponibilização de informações para a população sobre economia, política e situação social no Brasil.

Para Froes e Melo Neto (1999), o Balanço Social é a expressão mais evidente e inequívoca da cidadania empresarial. É uma espécie de prestação de contas à comunidade, através da qual a empresa divulga os seus investimentos na área social e ambiental. Sua prática evidencia a conscientização da empresa para as necessidades primárias e sociais da vida, como saúde, transporte, educação, lazer entre outros, induzindo as atividades e decisões empresariais a uma gestão mais cidadã.

Reforçando o movimento iniciado pelo IBASE, foi fundado em 1998 o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, cuja missão é disseminar a prática da responsabilidade social empresarial. A operacionalização da missão dá-se através do apoio e orientação às empresas quanto ao uso de ferramentas que facilitem a incorporação de conceitos e práticas de responsabilidade social nos processos de gestão empresarial.

Atualmente o Instituto Ethos coloca à disposição das empresas quatro ferramentas básicas de gestão da responsabilidade social para responderem às necessidades específicas de quatro momentos típicos em processos de planejamento: a) os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, no diagnóstico; b) o Guia de Elaboração do Balanço Social, na transparência e aprendizagem; c) o Localizador de Ferramentas, no planejamento e implementação; e d) o Banco de Práticas, no *benchmarking* e avaliação.

4 BALANÇO SOCIAL

A discussão do Balanço Social no Brasil tem vertentes na década de 60, após a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas - ADCE, cuja "Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas", publicada em 1965, é um marco histórico incontestável do início da utilização da expressão responsabilidade social associada às empresas, já mencionado no item anterior. Gonçalves, citado por Torres, acrescenta que a referida Carta de Princípios salienta

a consciência de que as 'crises e tensões do mundo contemporâneo devem-se a que as instituições econômicas-sociais vigentes se afastaram dos princípios cristãos e das exigências da justiça social e que os antagonismos de classe, os aberrantes desníveis econômicos, o enorme atraso de certas áreas do país decorrem, em parte, de não ter o setor empresarial tomado consciência plena de suas responsabilidades sociais' (2001, p.15-16).

A idéia e a discussão do Balanço Social estenderam-se de forma lenta até a segunda metade dos anos 70, quando passou a difundir-se mais amplamente. Segundo Torres (2001), as principais manifestações estavam concentradas no Estado de São Paulo que reúne, desde o início da industrialização brasileira, as maiores empresas e entidades de representação empresarial no país.

Somente no ano de 1984, foi publicado, de maneira completamente voluntária, o primeiro relatório de cunho social de uma empresa brasileira, a Nitrofértil, uma empresa estatal, com sede no Estado da Bahia. Esse documento, segundo Torres (2001), tentava dar publicidade às ações sociais realizadas e ao processo participativo desenvolvido na empresa, recebendo o nome de Balanço Social da Nitrofértil.

Mas os anos 90 é que podem ser considerados o período de consolidação da mudança de mentalidade de uma parcela expressiva do empresariado nacional, " em que a visão de um capitalismo de cunho mais social, que busca maior negociação com amplas parcelas dos trabalhadores, está cada vez mais atenta aos problemas ambientais e sociais" (Torres, 2001, p. 21).

Ainda segundo Torres, os anos 90 aparecem "como palco da disputa por novos modelos de desenvolvimento, retirada do Estado de setores tradicionais de atuação, reafirmação dos valores liberais e de mercado, novas práticas corporativas e uma nascente e crescente renovação do pensamento empresarial" (2001, p.23).

Diniz, citado por Torres, "destaca um movimento de renovação dentro do próprio meio empresarial, que rumo para a construção e a consolidação de novos valores políticos e econômicos no universo das corporações" (2001, p.23), tornando-se, as preocupações e atuações no âmbito social, uma questão econômico-financeira, relacionada à sobrevivência empresarial, ligada a uma nova visão estratégica de longo prazo.

Atualmente, o Balanço Social já é aceito por um grande grupo de empresas, simbolizando os resultados do empenho e das discussões de várias organizações ligadas ao tema responsabilidade social e à sua difusão nas empresas, tornando-se necessário destacar, além das pioneiras, como a ADCE, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Econômico e Social (Fundação Fides que, na década de 80, possuía o nome de Instituto de Desenvolvimento Empresarial - IDE) e o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas - GIFE; a Fundação ABRINQ pelos direitos da Criança; o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE, e o Instituto Ehtos de Responsabilidade Social.

Várias iniciativas e propostas em prol do Balanço Social podem ainda ser citadas. Salienta-se o Projeto de Lei n. 3.116/97, de autoria das então deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, que pretendia estabelecer a obrigatoriedade do Balanço Social às entidades públicas de modo geral e às empresas privadas com mais de cem empregados, tendo por base o modelo do Balanço Social, instituído na França em 1977. O referido projeto foi amplamente discutido, no entanto, por motivos diversos não teve total tramitação, sendo arquivado. Atualmente encontra-se tramitando na esfera federal o Projeto de Lei nº 32/99, do Deputado Paulo Rocha, que basicamente recupera o projeto anterior.

Outros projetos que versam sobre Balanço Social e responsabilidade social empresarial foram apresentados em vários municípios brasileiros, dentre os quais merecem ser destacados o Projeto nº 39/97, do município de São Paulo, que criou o dia e o "Selo Empresa Cidadã", e a Lei n. 8118/98, do município de Porto Alegre, que instituiu o Balanço Social para as empresas estabelecidas em nível municipal com mais de vinte funcionários.

Já em nível estadual, o Rio Grande do Sul aprovou a Lei n.11.440/00, que busca incentivar a publicação do Balanço Social, bem como difundir a responsabilidade social entre as entidades estabelecidas no Estado, criando também o Certificado de Responsabilidade Social e o Troféu Responsabilidade Social - Destaque RS, para as empresas que apresentarem o seu Balanço Social, analisado especificamente no próximo item “ A iniciativa do Estado do Rio Grande do Sul no engajamento da Responsabilidade Social”.

Nesse contexto, diversos estudos foram realizados sobre o tema Balanço Social, gerando vários conceitos, mencionados por diferentes autores. Conforme De Lucca (1998), o Balanço Social possui diferentes enfoques, sendo nos Estados Unidos dada ênfase aos consumidores/clientes e à sociedade: qualidade dos produtos, controle da poluição, contribuição da empresa às obras culturais, transportes coletivos e outros benefícios à coletividade; abordagem de caráter ambiental. Na Holanda e Suécia, o foco é em informações sobre as condições de trabalho, com ênfase nas informações para os empregados. A Inglaterra inclui, além da ênfase nas condições de trabalho, os aspectos ambientais.

No caso brasileiro, observa-se uma abordagem mais abrangente, com o foco no apoio da empresa: ao desenvolvimento da comunidade onde atua; à geração de emprego e renda; à preservação do meio ambiente; ao investimento em tecnologia, bem como ao apoio ao desenvolvimento tecnológico (ambiente social externo). Além disso, são enfatizadas também aspectos do ambiente social interno – bem-estar dos empregados, capacitação, saúde e assistência social, segurança no trabalho, entre outros.

Num estudo pioneiro realizado por Tinoco, relativo a sua dissertação de Mestrado, o Balanço Social é definido como

um instrumento de gestão e de informação que visa reportar da forma mais transparente possível, vale dizer evidenciar plena – *full disclosure* – informações econômicas, financeiras e sociais do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários da informação, dentre estes usuários os trabalhadores. (1984, p. 108)

Para De Lucca, Balanço Social

é um instrumento de medida que permite verificar a situação da empresa no campo social, registrar as realizações efetuadas neste campo e principalmente avaliar as relações ocorridas entre o seu resultado e a sociedade. (1992, p. 23)

Conforme Sfredo, Balanço Social

é um conjunto de informações que tem como principal objetivo demonstrar o grau de envolvimento da empresa em relação à sociedade na qual está inserida. É um instrumento de aferição, de demonstração do que se passa com uma organização não podendo refletir o que não foi feito. (1997, p.20).

Na opinião de Betinho, a idéia da elaboração e publicação do Balanço Social,

é demonstrar quantitativamente e qualitativamente o papel desempenhado pelas empresas no plano social, tanto internamente quanto na sua atuação na comunidade. Os itens dessa verificação são vários: educação, saúde, atenção à mulher, atuação na preservação do meio ambiente, melhoria da qualidade de vida e de trabalho de seus

empregados, apoio a projetos comunitários visando a erradicação da pobreza, geração de renda e de novos postos de trabalho. O campo é vasto e várias empresas já estão trilhando esse caminho. Realizar o Balanço Social significa uma grande contribuição para consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática, social e pública. (apud IBASE, 1998, folder)

Para KROETZ, outro estudioso dessa área, o Balanço Social

Representa a demonstração dos gastos das influências (favoráveis e desfavoráveis) recebidas e transmitidas pelas entidades nas promoções humana, social e ideológica, sendo que os efeitos dessa interação se dirigem aos gestores, aos empregados e à comunidade, no espaço temporal passado/presente/futuro, tornando-se parte integrante da Contabilidade Social, configurando uma demonstração para a sociedade e não da sociedade. (1999, p.37)

Observa-se que os diferentes autores enfatizam o Balanço Social como um instrumento capaz de demonstrar as ações das organizações no campo social e ambiental, permitindo uma avaliação sobre a atuação da empresa pela comunidade.

5 A INICIATIVA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL NO ENGAJAMENTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Nas últimas três décadas, muitas iniciativas vêm sendo tomadas no Brasil e no mundo para disciplinar o capitalismo. No entendimento de Pinto (2002), empresas, corporações e instituições também têm seu quinhão de responsabilidade pela expansão permanente do bem-estar social e da qualidade de vida tanto em seu interior, quanto externamente.

As empresas, na nova concepção, além de se preocuparem com seu corpo de funcionários, passam a preocupar-se também com a família corporativa, a jusante e a montante de sua cadeia produtiva. Tal procedimento envolve fornecedores, revendedores, distribuidores, consumidores, acionistas, ou seja, todos os *stakeholders*. Nesse contexto, a metodologia do Balanço Social se destaca. Ao se comprometer com a elaboração e divulgação do Balanço Social, a empresa está se comprometendo em direcionar suas ações no campo do social para a melhoria da qualidade de vida e do bem-estar de toda a sua família corporativa e das populações carentes da comunidade local.

Entendendo o Balanço Social como um catalisador e direcionador de ações sociais para programas de participação social, o Estado do Rio Grande do Sul, numa iniciativa pioneira no Brasil, através da Lei n. 11.440/00, instituiu o *Certificado Responsabilidade Social – RS* para as empresas estabelecidas no âmbito do Estado. A concessão do certificado busca o fortalecimento da sociedade civil, com a difusão do conceito de responsabilidade social que tem como alvo a promoção da inclusão social e a cidadania plena.

As preocupações legislativas direcionadas às relações empresa-comunidade já têm sido expressas em leis anteriores, como a Lei n. 11.196/98, que criou estímulos ao Programa Estadual de Solidariedade, e a Lei n. 11.197/98, que criou o Programa Mãos Dadas com o *slogan* “paguei, quero nota”. O programa Mãos Dadas foi desativado em 1999, deixando, conforme Busatto (2003), muitas entidades sociais sem receber os recursos referentes ao programa.

Na visão de Busatto (2001), o Balanço Social é importante tanto para as empresas como para o poder público e para a sociedade. No seu entendimento para as empresas é útil por tornar público o quanto investem na comunidade; para o poder público permite uma melhor alocação de recursos, evitando a superposição de esforços e o desperdício; para a sociedade, além dos benefícios diretos, permite conhecer as empresas não somente pelo que produzem mas também como produzem.

Para fins da referida Lei,

considera-se Balanço Social o documento pelo qual as empresas e demais entidades apresentam dados que permitam identificar o perfil da sua atuação social durante o exercício, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como, a forma de interação das empresas e demais entidades com a comunidade e sua relação com o meio ambiente. (RS, Lei n. 11.440/00, art. 2º)

No teor da Lei n. 11.440/00, denota-se a participação de diferentes atores, cuja colaboração foi decisiva para o êxito do texto e objetividade da proposta aprovada na ocasião, por unanimidade dos legislativos. Entre os principais atores envolvidos, tiveram participação fundamental o Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul - CRCRS, a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa – ADCE e o Grão Social Cidadania Empresarial, vinculado à Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho que assessoraram o deputado Cezar Busatto na elaboração do projeto de lei.

Além da certificação social, a Lei n. 11.440/00 também prevê o Troféu Responsabilidade Social – Destaque RS, título com o qual são agraciadas as empresas que, no decorrer do ano sob análise, apresentaram projetos de grande destaque. Os aspectos considerados para a avaliação dos Balanços Sociais encontram-se estabelecidos na referida Lei, compreendendo: impostos, folha de pagamento bruta, condições de trabalho, alimentação, saúde, educação, aposentadoria, outros benefícios, contribuições para a sociedade, investimentos em meio ambiente, número de empregados, número de admissões, e políticas adotadas visando diminuir a exclusão de determinados segmentos sociais.

Para a avaliação dos indicadores sociais e concessão do troféu, foi elaborado um modelo de análise quantitativa que é composto pelos seguintes elementos: indicadores, pontuação e pesos. Os indicadores foram agrupados em indicadores externos, internos e contra-indicadores. Os externos são: investimentos em cidadania, geração de emprego, investimento em meio ambiente; os internos são: benefícios sociais, capacitação profissional participação nos resultados, segurança/higiene no trabalho e diversidade. Os contra-indicadores que tiram pontos são obtidos a partir da identificação do número de acidentes de trabalho e autuações por violação de normas de proteção ambiental e legislação trabalhista. O resultado final para a concessão do troféu é obtido através da quantificação desses indicadores, através de equações previstas em edital.

Os empresários gaúchos demonstram-se receptivos à elaboração e à publicação do Balanço Social, aumentando a cada edição do prêmio consideravelmente o número de empresas

certificadas, dispondo de diferentes modelos de estruturação e conseqüentemente de informações, no qual o modelo de Balanço Social, proposto pelo IBASE, tem obtido grande adesão.

Até o momento foram realizadas três edições do prêmio, sendo na terceira edição certificadas 153 empresas, registrando um crescimento de 78% em relação ao número de certificadas na edição anterior. No primeiro prêmio, em 2000, foram certificadas 20 empresas e em 2001, 86 empresas. Esse crescimento linear, segundo Busatto (2002), demonstra a força, a garra e a consciência do empresariado gaúcho, preocupado não apenas em ampliar os seus negócios e investimentos, gerando empregos e impostos, mas também engajado na meta de levar mais atenção, carinho, solidariedade e apoio às comunidades onde atua.

No atual momento, fica evidenciada a existência de um movimento decidido e irreversível em direção ao transbordamento das preocupações e ações do setor privado para o campo da participação social. A valorização das ações das empresas que produzem e levam progresso além dos limites da sua organização, comprometidas com a comunidade local e preocupadas com a qualidade de vida de seus colaboradores, paulatinamente inserem-se na ordem econômica mundial.

No entendimento de Busatto (2002), o Balanço Social e a responsabilidade social são imprescindíveis. São elementos fundamentais que agregam crescimento, respeitabilidade e dignidade às empresas. No Brasil, a determinação de Betinho em fazer com que a sociedade passasse a prestigiar aquelas empresas socialmente responsáveis transformou-se num marco importante. Ainda se está longe da participação ideal. Embora os números sobre esse tipo de envolvimento ainda sejam esparsos, existem indicadores que permitem uma avaliação global da participação das empresas brasileiras em ações sociais.

Dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2002) apontam que 59% das empresas com um ou mais empregados, nas cinco regiões geográficas do país, desenvolvem algum tipo de ação social. As mais atuantes são da região Sudeste, com investimentos estimados em US\$ 3 bilhões, o equivalente a 0,6% do PIB regional em 1999. A pesquisa também revelou que, ao contrário do que poderia se imaginar, os incentivos fiscais são pouco utilizados pelas empresas e demonstra que ações de assistência social são as mais praticadas.

Dos três estados da região Sul, o Rio Grande do Sul é que tem o menor índice de empresas praticando algum tipo de ação social, tendo apenas 39% das empresas declarado realizar ações dessa natureza. A reduzida participação das empresas gaúchas em ações sociais contribuiu para a média da região Sul, que teve o menor grau de participação das empresas, com 46%. Na opinião de Busatto (2003), a divulgação dessas ações ainda não faz parte do dia-a-dia do empresário da Região Sul que prefere ficar no anonimato.

Para ilustrar essa rede anônima de ações sociais, Busatto (2003) cita a iniciativa da empresa Tevah Comércio de Vestuário Masculino Ltda. que dedica um sábado por ano à produção de peças a serem distribuídas à população carente, contribuindo os empregados com a mão-de-obra e a empresa com a infra-estrutura e o material necessários. Inspirado nessa iniciativa, Busatto propôs um projeto de lei que visasse à criação do “dia da solidariedade no Estado do Rio Grande do Sul”, aprovado por unanimidade em 30 de outubro de 2001, através da Lei n. 11.693/01.

A Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul – FIERGS- também recomenda a prática da responsabilidade social e apóia várias iniciativas do Estado. A Federação das Associações Comerciais do Estado – Federasul, também vêm ampliando seu engajamento nessa luta. “*O lucro é compatível com a ética e a consciência social*” afirmaram seus dirigentes ao lançar o Programa Gaúcho de Responsabilidade Social, um projeto ambicioso que deverá ganhar vulto a partir de 2002” (Busatto, 2001, p.119).

Segundo o diretor da Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho, Léo Voigth, nessa nova atitude “*as empresas distanciam-se do modelo filantrópico – a idéia do braço social da empresa (doação) – para ingressarem no modelo do investimento social (financiamento)*” (apud Busatto, 2001).

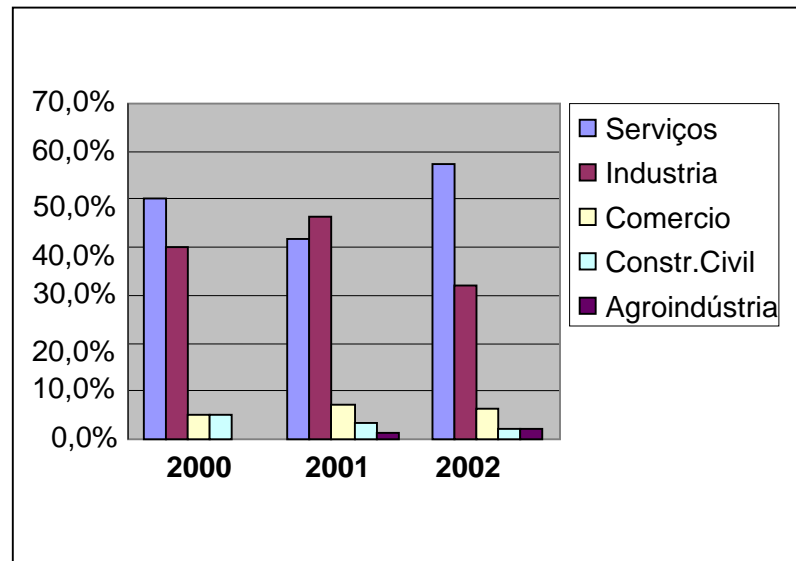
Esse despertar provoca um novo olhar sobre o mundo. A ética passa a ser uma pressão coletiva e a generosidade já não é encarada como uma atitude somente cristã. Uma pesquisa do Instituto Ethos demonstra que 56% dos consumidores brasileiros julgam se uma empresa é boa ou ruim tendo por base a responsabilidade social, seguida pela imagem e marca com 34% e fatores econômicos apontados por 13% dos consumidores. O Brasil detém o índice mais elevado dos países pesquisados (Itália, Alemanha, Estados Unidos e Brasil), o que, segundo Busatto (2001), demonstra o imenso potencial de crescimento que a responsabilidade social empresarial apresenta no país.

6 ANÁLISE DAS AÇÕES SOCIAIS EVIDENCIADAS NO PRÊMIO RESPONSABILIDADE SOCIAL - RS

O Prêmio Responsabilidade Social-RS, instituído pela Lei 11.440/00, teve sua consolidação na terceira edição, quando se registrou um aumento de 665% na participação das empresas em relação ao primeiro prêmio em 2000, passando de 20 para 153 empresas certificadas. O crescimento do número de participantes traduz a mudança de atitude nas relações entre iniciativa privada, poder público e comunidade. De 2000 a 2002 foram certificadas 179 organizações, sendo 20 em 1999, 86 em 2000 e 153 em 2001, levando-se em conta os exercícios-base, uma vez que a certificação ocorre no exercício seguinte.

Na primeira certificação realizada em 2000, com base nos balanços sociais de 1999, das 20 empresas que participaram, 50% são do setor de prestação de serviços, 40% do setor industrial, 5% do comércio e 5% da construção civil. Já no ano de 2001, base 2000, houve uma pequena alteração pelo acréscimo de uma empresa do setor agroindustrial e pelo aumento da participação da indústria que passou a 46,5%. Já no setor de serviços houve redução para 41,9% e aumento para 7,0% na participação do comércio.

Em 2002, ano base 2001, o setor de serviços voltou a predominar com 57,5% de participação, em detrimento da indústria que baixou a sua participação de 46,5% para 32%. O comércio se manteve e o setor agroindustrial apresentou um pequeno incremento, passando de 1,2% para 2,0%. A representatividade dos setores que participaram do Prêmio Responsabilidade Social-RS nas suas edições pode ser visualizada no GRÁFICO 1, onde se verifica a predominância do setor de serviços em 2000 e 2002.



Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 1 – Participação no Prêmio Responsabilidade Social – RS

Uma das grandes preocupações em relação à apresentação do Balanço Social diz respeito à sua continuidade. Nesse sentido, observou-se que das empresas que elaboraram e apresentaram o Balanço Social relativo a 1999, 80% também participaram nos dois anos seguintes. Com relação às empresas que participaram em 2001, ano base 2000, o percentual de empresas que ingressaram e continuaram no ano seguinte foi de 70%. O setor que reduziu sua participação foi o da indústria.

Salienta-se que de 2000 para 2001 houve a adesão de 69 novas empresas o que representa um incremento de 345%. Do ano 2001 para 2002 também houve o engajamento de 89 empresas, representando um aumento de 129% em relação ao número de empresas que ingressaram no processo em 2001.

A premiação com o Troféu Responsabilidade RS agracia as empresas que se destacaram no ano anterior pelos seus feitos na área social. São premiadas três empresas, uma da modalidade grande porte, uma de médio porte e uma de pequeno porte. Os critérios utilizados para a seleção são estabelecidos por uma comissão julgadora. Para o Prêmio 2002 as categorias assim definidas em edital: pequenas empresas - aquelas com faturamento anual até R\$ 10.000.000,00; médias - empresas com faturamento anual com mais de R\$ 10.000.000,00 até R\$ 100.000.000,00; e grandes com faturamento anual superior a R\$ 100.000.000,00.

Para a análise quantitativa foram estabelecidos indicadores, pontuação e pesos. Para a avaliação da responsabilidade social das empresas participantes foram utilizados 8 indicadores e 2 contra-indicadores, conforme QUADRO 2.

QUADRO 2 - Indicadores e contra-indicadores

Indicadores e contra-indicadores		Fórmulas
Indicadores Externos	Investimento em Cidadania	Valor investido/ Faturamento Líquido
	Geração de Emprego	Nº de funcionários no ano/ Nº de funcionários no ano anterior
	Investimento em Meio Ambiente	Valor investido/ Faturamento Líquido
	Benefícios Sociais	Valor investido/ Nº de funcionários
Indicadores Internos	Capacitação Profissional	Valor investido/ Nº de funcionários
	Participação nos Resultados	Valor distribuído/ Nº de funcionários
	Segurança/higiene no trabalho	Valor investido/ Nº de funcionários
	Diversidade	Percentual de idosos e Portadores de deficiência/ nº de funcionários
Contra-indicadores	Acidentes de Trabalho	Nº de acidentes de trabalho/ Nº de funcionários
	Autuações por Violação de Normas de Proteção Ambiental e Legislação Trabalhista	Nº de Autuações/ Nº de funcionários

Fonte: Adaptado Prêmio Responsabilidade Social – RS 2002

Na pontuação também é estabelecido um sistema de pesos para valorizar os indicadores de maior relevância para a sociedade. Os pesos foram atribuídos na seguinte proporção: indicadores externos 40%; indicadores internos 60%; e contra-indicadores 20%, distribuídos nos respectivos indicadores específicos. Além dos indicadores quantitativos, o sistema também prevê uma análise qualitativa para contemplar o mérito das ações sociais em sua plenitude, que consiste no exame criterioso do mérito das ações sociais desenvolvidas, inclusive com diligência da comissão às empresas melhor classificadas na análise quantitativa.

Das nove empresas premiadas no período de 2000 a 2002, destacam-se as indústrias que representam 67%, sendo as demais do setor de prestação de serviços. Sob o ponto de vista da continuidade, constatou-se que a participação dessas empresas não é de caráter eventual, ou seja, não participam somente quando “tem o que mostrar”, conforme apresentado no QUADRO 3.

QUADRO 3 - Empresas premiadas e efetiva participação

Empresas Premiadas	Ano premiação	Certificação		
		2000	2001	2002
GRANDE PORTE				
Metalúrgica Gerdau	2000	Sim	Sim	Sim
Distr. Prod. Petróleo Ipiranga	2001	Não	Sim	Sim
COPESUL	2002	Não	Sim	Sim

MÉDIO PORTE				
Parks S/A Com. Digitais	2000	Sim	Não	Sim
Klabin Riocell	2001	Não	Sim	Sim
Expresso Medianeira	2002	Não	Não	Sim
PEQUENO PORTE				
Empr. JornTrapeiro dos Pampas	2000	Sim	Sim	Não
Muri Engenharia Industrial Ltda	2001	Não	Sim	Sim
Politorno Móveis Ltda	2002	Não	Sim	Sim

Fonte: Dados da pesquisa

As empresas que receberam o Troféu Destaque Responsabilidade Social – RS, além da pontuação obtida através da análise quantitativa, também se destacaram pelas ações sociais realizadas nos respectivos períodos. Para a análise das práticas sociais realizadas pelas empresas e seu papel na dinâmica do desenvolvimento regional, bem como sua vinculação ao desempenho econômico das empresas foram utilizados os dados mais recentes, relativos ao Prêmio 2002.

A empresa destaque grande porte, COPEL – Companhia Petroquímica do Sul, entende que empresas socialmente responsáveis são aquelas que atuam em parceria com seus colaboradores, as comunidades onde estão inseridas e a sociedade, visando melhorar a qualidade de vida de todos.

A COPEL acredita que a responsabilidade social de uma empresa deve começar em seu ambiente interno, sendo exercida prioritariamente em relação à comunidade formada pelos colaboradores e pelos empregados das empresas parceiras que compartilham o mesmo ambiente de trabalho. Essa preocupação está refletida nos investimentos em “Benefícios a colaboradores” que atingiu o montante de 26,7 milhões, enquanto as ações comunitárias tiveram um investimento de 3,4 milhões em 2001.

Os dados da COPEL mostram que suas práticas sociais não estão vinculadas ao seu desempenho econômico. A empresa no ano de 2001 apresentou um prejuízo operacional na ordem de 8 milhões, nem por isso deixou de investir em ações sociais, mantendo inclusive o mesmo nível de investimentos de 2000, quando a empresa apresentou um lucro de 88 milhões.

Na categoria médio porte, a agraciada Expresso Medianeira Ltda. apresenta-se preocupada com a formação profissional e educacional de seus colaboradores, acreditando que o crescimento da empresa é resultado do desenvolvimento e qualificação dos seus recursos humanos. Em sua concepção, as empresas são entendidas como células sociais que agem e interagem com a comunidade, onde a construção de novos valores, agregados às atividades econômicas, tende a oportunizar melhorias na qualidade de vida dos cidadãos.

Como empresa de pequeno porte, a distinguida foi a Politorno Móveis Ltda, destacada pelo projeto “Sistema de Desenvolvimento da Qualidade Politorno”, criado em conjunto com os próprios colaboradores, focado na satisfação e no bem-estar das pessoas que dele fazem parte, despertando o real espírito de responsabilidade comunitária e de cidadania.

Os Balanços Sociais das empresas analisadas além de indicadores monetários e não-monetários também contemplam informações descritivas sobre os projetos sociais desenvolvidos no período. Esse detalhamento descritivo dos projetos auxilia na leitura e interpretação dos indicadores, permitindo uma análise mais acurada das informações. No entanto, essa prática de agregar textos descritivos ao Balanço Social não é regra. Não há um modelo padrão de Balanço Social, tendo-se atualmente algumas propostas, entre as quais se evidencia o modelo proposto pelo IBASE que tem recebido boa adesão.

A falta de uma padronização leva as empresas a utilizarem um formato que lhes é mais conveniente, adaptando modelos existentes e ou elaborando um modelo próprio que dificulta e muitas vezes inviabiliza uma análise comparativa. Um outro grande dificultador é o entendimento que cada profissional tem sobre a classificação das rubricas que agrupam investimentos, benefícios, encargos entre outros.

Contabilmente o Conselho Federal de Contabilidade - CFC, órgão que, entre outras funções, normatiza as Normas Brasileiras de Contabilidade - NBCs, está atento às dificuldades de interpretação e harmonização dos procedimentos relativos à elaboração do Balanço Social, tendo sido recentemente aprovada a inclusão da NBC T 15 – Balanço Social.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tanto em termos globais, nacionais, regionais como locais, as ações de práticas sociais ligadas à responsabilidade social estão se propagando pelas empresas. No entanto dúvidas persistem, entre elas a principal que paira no ar é se isso representa um progresso ou apenas um modismo?

No Brasil, dadas as inúmeras injustiças sociais, a exclusão social, um conjunto de pessoas vivendo em absoluta pobreza, marginalizadas do processo, a sociedade está bastante cética em relação à responsabilidade social que, para muitos, representa marketing social, oportunismo, maquiagem, sendo inclusive utilizado o termo “pilarantropia”.

Entretanto, nos últimos anos verifica-se uma evolução acentuada, onde as empresas estão passando da filantropia eventual para o protagonismo social, assumindo compromissos ativos para diminuir o déficit social do país. Vistas isoladamente, várias iniciativas empresariais em “programas e ações sociais” não mudam a realidade de um país como o Brasil. Por outro lado, muitas empresas não divulgam suas ações, preferem ficar no anonimato, principalmente as pequenas empresas, que estão mais próximas da comunidade e não sentem o compromisso de prestar contas formalmente através do Balanço Social.

O Balanço Social, como instrumento utilizado para demonstrar e evidenciar as ações sociais das empresas, necessita ainda de uma maior padronização, dada a diversidade de formatos adotados, o que dificulta o estabelecimento de relações em termos de ações sociais de empresa para empresa, tornando-se um trabalho bastante complexo. Entretanto, ressalta-se que o Balanço Social, mesmo nos inúmeros formatos atualmente utilizados, é o único instrumento formal em termos de demonstrativo contábil que evidencia e permite que se tenha informações sobre as práticas sociais realizadas pelas empresas em determinado período.

As discussões e preocupações com a responsabilidade social empresarial se manifestam paralelamente ao questionamento dos objetivos e do papel das empresas na sociedade. Mesmo que o objetivo primordial da empresa continue a ser o de produzir bens e de prestar serviços de forma a maximizar o lucro em benefício dos acionistas, o crescimento e a diversificação das grandes empresas nos principais países industrializados, segundo ALVES (2001), revelam que o papel da empresa na sociedade vai além; consiste, antes, na geração de riqueza em sentido mais amplo.

Essa riqueza, segundo ALVES (2001), traduz-se, entre outros, em termos de conhecimento, tecnologia, empregos, infra-estrutura energética e de comunicações. “As economias externas criadas pelas grandes empresas, ademais, contribuem para o desenvolvimento sustentável, às vezes, independentemente dos objetivos imediatos da empresa...” (ALVES, 2001, p. 79). Essa concepção ampla de geração de riqueza, segundo o autor, não se fundamenta apenas no que as empresas devem fazer, mas também no que devem deixar de fazer, como poluir o meio ambiente, empregar trabalho infantil, encobrir informações sobre possíveis efeitos nocivos de seus produtos entre outros.

Na análise realizada, verifica-se a presença dessa nova concepção, segundo a qual a atuação das empresas amplia e complementa seu papel de agente econômico, assumindo uma postura pró-ativa, apresentando-se como voluntária e doadora de recursos. O papel do setor privado na comunidade também se dá pelo respeito e proteção ao meio ambiente, em investimentos nas áreas de educação, saúde, cultura e lazer, na promoção de atividades que incentivem e auxiliem a erradicação do trabalho infantil e a diminuição da pobreza e da violência, e no apoio a projetos sociais em andamento.

Em termos de desenvolvimento regional, a responsabilidade social empresarial manifesta-se no âmbito local. Empresas não existem no vazio. Assim como elas são dependentes da sociedade, dos seus recursos naturais e humanos, a sociedade também necessita dos investimentos das empresas que estimulam o crescimento econômico e geram novos empregos que, segundo GRAYSON e HODGES (2002), representam oportunidades de trabalho que levam à erradicação da pobreza.

As empresas, pelo poder econômico que possuem e pela quantidade de pessoas que influenciam, são parceiras fundamentais para a construção de uma sociedade mais justa. Neste sentido, a iniciativa da Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, com o Prêmio Responsabilidade Social – RS, aproveitando o movimento pela responsabilidade social, vem buscando no setor empresarial um forte e importante aliado, valorizando as empresas que praticam e divulgam seus investimentos sociais privados. Segundo Busatto, “do ponto de vista da vida em sociedade, o investimento social privado, além de intervir positivamente para a mudança da realidade local, redobra sua importância na medida em que aprimora o diálogo entre iniciativa privada, poder público e comunidade” (2002, p. 6).

O investimento social privado, seja aquele realizado por incentivos fiscais ou outros, como o reconhecimento público através de premiações e destaques, ainda é muito pequeno como alternativa para a solução dos problemas sociais do país. Entretanto, juntos Estado, sociedade civil organizada e empresas, numa relação de cooperação, dentro de uma perspectiva de

desenvolvimento sustentável, podem minimizar os efeitos perversos em que tem resultado o modo de produção capitalista, excludente por natureza.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Editora Mestre Jou. 1970.
- ASHLEY, Patrícia Almeida. (coordenadora) *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- ALVES, Lauro Eduardo Sotello. Governança e cidadania empresarial. *Revista de Administração de Empresas – RAE*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, v.41, n 4, out/dez/2001.
- BNDES. Balanço Social e outros aspectos da responsabilidade social corporativa. Rio de Janeiro: Relato Setorial n. 1. BNDES – Área Social da gerência de Estudos Setoriais (AS/GESET), mar. 2000.
- BORGER, Fernanda G. *Responsabilidade Social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial*. Tese de doutorado (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Departamento de Administração – Pós-graduação) Universidade de São Paulo-USP, 2001.
- BRUGGER, Walter. *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Editora Herder. 1969.
- BUSATTO, Cezar. *A Responsabilidade social empresarial no contexto gaúcho*. Entrevistadores: I. Frey e M. Frey. Porto Alegre, 2003. Entrevista concedida em audiência no dia 31/03/2003.
- _____. PRÊMIO RESPONSABILIDADE SOCIAL – RS 2002. Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.
- _____. *Responsabilidade Social: revolução do nosso tempo*. Porto Alegre: CORAG, 2001.
- _____. *Democracia, prosperidade e responsabilidade social*. Porto Alegre: Sulina, 1999.
- DE LUCCA, Márcia Martins Mendes. *Demonstração do valor adicionado; Do Cálculo da Riqueza Criada pela Empresa ao Valor do PIB*. São Paulo: Atlas. 1998.
- DRUCKER, P. *Sociedade pós-capitalista*. 5 ed. São Paulo: Pioneira, 1996.
- DUFFY, D. Uma idéia capital. HSM Management, São Paulo, n.22, set/out. 2000.
- ESTEVES, Sérgio A. P.; (organizador) *O dragão e a borboleta: sustentabilidade e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Axis Mundi: AMCE, 2000.
- FROES, César.; MELO NETO, Francisco Paulo de. *Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro*. 2 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark ed., 2001.
- _____. *Responsabilidade social & cidadania empresarial – a administração do terceiro setor*. Rio de Janeiro: Qualitymark ed., 1999.
- GRAJEW, Oded. A arte do trabalho em grupo. In: Guia de boa cidadania corporativa 2002. *Edição Especial da Revista Exame*. São Paulo, p. 22-24.
- GRAYSON, David; HODGES, Adrian. *Compromisso social e gestão empresarial*. São Paulo: Publifolha, 2002.

_____. Negócios, ética e responsabilidade social. *Revista Expressão*. Porto Alegre, n. 105, p. 14-17.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS – IPEA. A iniciativa privada e o espírito público: a ação social das empresas privadas no Brasil. Brasília, jun. 2002. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/asocial>>. Acesso em: 12 ago. 2002

_____. Seminário Balanço Social: Cidadania e transparência pública das empresas. Rio de Janeiro, 28 set. 1998 (folder)

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: <http://www.ethos.org.br>. Acesso em: 04 set.2002.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. Contabilidade Social. *Revista Brasileira de Contabilidade* do Conselho Federal de Contabilidade. Brasília: CFC, n. 120, p. 29-38, nov./dez. 1999.

PINTO, Luiz Fernando da Silva. *Gestão-cidadã: ações estratégicas para a participação social no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

PONTES, Joseane. POSSAMAI, Osmar. Responsabilidade social das organizações – um modelo para priorizar as necessidades sociais da região onde a organização está inserida. In: *Anais XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção*. Curitiba: 2002.

RIO GRANDE DO SUL. Lei n. 11.440, de 18 de janeiro de 2000. Cria o Certificado Responsabilidade Social-RS – para empresas estabelecidas no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul e dá outras providências. Disponível em <http://www.al.rs.gov.br>. Acesso em: 18 mar. 2003.

SFREDO, Marta. *Empresas investem no Balanço Social*. Jornal Zero Hora. Porto Alegre, 7 de abril de 1997, p. 20.

SOUZA, Herbert de. Empresa pública e cidadão. Folha de São Paulo, São Paulo: 26 mar. 1997, p.2.

STONER, Janes A. F., FREEMAN, R. Edward. *Administração*. 5 ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1985.

TEIXEIRA, Luiz Antônio Antunes. Responsabilidade Social da Empresa. *Revista de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro: FGV, out/dez, 1984.

TINOCO, João Eduardo Prudência. *Balanço Social: uma abordagem socio-econômica da contabilidade*. São Paulo, 1984. 114 p. Dissertação (Mestrado em Contabilidade - Universidade de São Paulo).

WIEGERINCK, Jan. Responsabilidade Social Empresarial. In *Bem Comum*. São Paulo: FIDES. Ano VII nº 78, 2003.