

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DA REGIÃO DOS VINHEDOS
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

DEISE LUTZ

**BALANÇO SOCIAL E RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE: UM ESTUDO DA
EVIDENCIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EM UMA INDÚSTRIA
METALÚRGICA DA SERRA GAÚCHA**

BENTO GONÇALVES

2019

DEISE LUTZ

**BALANÇO SOCIAL E RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE: UM ESTUDO DA
EVIDENCIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EM UMA INDÚSTRIA
METALÚRGICA DA SERRA GAÚCHA**

Monografia apresentada como requisito
para a obtenção do Grau de Bacharel em
Ciências Contábeis da Universidade de
Caxias do Sul

Orientador: Prof. Ms. Simone Taffarel
Ferreira

BENTO GONÇALVES

2019

DEISE LUTZ

**BALANÇO SOCIAL E RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE: UM ESTUDO DA
EVIDENCIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EM UMA INDÚSTRIA
METALÚRGICA DA SERRA GAÚCHA**

Monografia apresentada como requisito
para a obtenção do Grau de Bacharel em
Ciências Contábeis da Universidade de
Caxias do Sul

Orientador: Prof. Ms. Simone Taffarel
Ferreira

Aprovado (a) em: ____/____/____

Banca Examinadora:

Prof. Ms. Simone Taffarel Ferreira
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Ms. Fernando Ben
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Ms. Joice de Souza
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Dedico a todos vocês, que sempre estiveram ao meu lado, me incentivando, em especial a minha família, noivo, amigos e colegas, que muito contribuíram para que este trabalho atingisse seus objetivos.

AGRADECIMENTOS

Quero expressar meus agradecimentos a todas as pessoas que, de uma forma ou de outra, colaboraram para que este trabalho fosse realizado. Em especial ao meu orientador, Prof. Ms. Simone Taffarel Ferreira, pela sua competência e orientação durante todo o desenvolvimento desta monografia. Agradeço à empresa utilizada no estudo de caso pelos dados disponibilizados, aos meus colegas de trabalho por todas as informações e a ajuda que me foram passadas para a elaboração deste trabalho. Agradeço também de forma toda especial a minha família, meu noivo e aos meus amigos, por estarem ao meu lado, me apoiando e motivando nos momentos mais difíceis, por terem compreendido minha ausência em função da vida acadêmica e por acreditarem em minhas escolhas e capacidade, me mostrando que é através das dificuldades que descobrimos o quanto somos capazes de realizar grandes feitos.

“Faça o teu melhor, na condição que você tem, enquanto você não tem condições melhores, para fazer melhor ainda”.

Mario Sergio Cortella

RESUMO

A sociedade vive um momento onde muito se discute sobre as questões ambientais e problemas sociais, sendo essencial que as organizações utilizem ferramentas que demonstrem a sua responsabilidade social, e que possibilitem que os públicos internos e externos, avaliem estas atividades. A sustentabilidade surge no contexto da globalização e indica novos caminhos para a sociedade. A visão crítica e posicionada dos cidadãos que pensam na coletividade e não apenas na individualidade, acaba por impulsionar empresas à adoção de novas atitudes. Desta forma, este trabalho teve por objetivo verificar de que forma o balanço social e relatório de sustentabilidade evidenciam a responsabilidade social de uma indústria metalúrgica da serra gaúcha. Para a elaboração da pesquisa, foram utilizados os métodos de pesquisa bibliográfica e estudo de caso, com características de pesquisa qualitativa e quantitativa, bem como exploratória e descritiva. Na elaboração do estudo de caso, coletaram-se dados do ano de 2018 e os resultados do estudo apontaram que através destas duas ferramentas e seus respectivos indicadores, é possível evidenciar a contribuição da responsabilidade social da indústria a seus funcionários e a sociedade onde está inserida.

Palavras-chave: Responsabilidade social. Relatório de sustentabilidade. Balanço social.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Mapa dos <i>stakeholders</i> de uma grande empresa	18
Figura 2	O Modelo dos três domínios da responsabilidade social	20
Figura 3	Modelo dos três domínios da responsabilidade social: domínio legal	20
Figura 4	Definição da importância do balanço social	28
Figura 5	Indicadores econômicos e sociais.....	31
Figura 6	Os usuários das informações contábeis.....	36
Figura 7	Usuários da contabilidade e suas metas.....	37
Figura 8	Os cinco estágios dos relatórios.....	39
Figura 9	Elaboração do relatório anual GRI	41
Figura 10	Princípios para definição do conteúdo do relatório.....	41
Figura 11	Princípios para assegurar a qualidade do relatório	42

LISTAS DE QUADROS

Quadro 1	Evolução do balanço social no Brasil	26
Quadro 2	Contribuições projetos sociais externos ano-base 2018	48
Quadro 3	Etapas para elaboração do balanço social.....	49
Quadro 4	Balanço social da matriz	51
Quadro 5	Etapas para elaboração do relatório de sustentabilidade.....	58
Quadro 6	Matriz de materialidade	61
Quadro 7	DVA 2018.....	68
Quadro 8	VAF empresa	71

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO	12
1.2	TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA	13
1.2.1	Delimitação do tema.....	13
1.2.2	Definição da questão de pesquisa.....	14
1.3	HIPÓTESES OU PROPOSIÇÕES	14
1.4	OBJETIVOS	14
1.4.1	Objetivo geral.....	14
1.4.2	Objetivos específicos.....	14
2	REFERÊNCIAL TEÓRICO.....	16
2.1	RESPONSABILIDADE SOCIAL	16
2.1.1	Modelos de responsabilidade social	17
2.1.1.1	As três teorias da responsabilidade social	17
2.1.1.1.1	<i>Teoria das partes interessadas (stakeholders).....</i>	<i>17</i>
2.1.1.1.2	<i>Teoria do acionista (stockholder).....</i>	<i>18</i>
2.1.1.1.3	<i>Teoria contratualista</i>	<i>19</i>
2.1.1.2	Modelo dos três domínios da responsabilidade social	19
2.1.1.3	Modelo Cidadania Empresarial	21
2.1.2	Filantropia empresarial e a responsabilidade social da empresa.....	21
2.2	A FUNÇÃO SOCIAL DA CONTABILIDADE	22
2.3	BALANÇO SOCIAL	25
2.3.1	Breve histórico do surgimento do balanço social.....	25
2.3.1.1	Evolução do balanço social no Brasil	26
2.3.2	Definição de balanço social.....	27
2.3.3	Elaboração do balanço social	28
2.3.3.1	Fontes de informação.....	29
2.3.3.2	Modelos de balanço social	32
2.3.3.2.1	<i>Indicadores propostos pelo Instituto Ethos.....</i>	<i>32</i>
2.3.3.2.2	<i>Modelo de balanço social do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE).....</i>	<i>33</i>
2.3.3.2.3	<i>Diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI).....</i>	<i>34</i>

2.3.4	Usuários das informações	35
2.4	RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE	38
2.4.1	Conceito	38
2.4.2	Relatório de sustentabilidade – Global Reporting Initiative (GRI)	40
3	METODOLOGIA	43
3.1	DELINEAMENTO DA PESQUISA	43
3.2	PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS.....	44
4	ESTUDO DE CASO	45
4.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DA EMPRESA.....	45
4.1.1	Histórico	45
4.1.2	Valores	46
4.1.3	Missão	46
4.1.4	Estrutura organizacional	46
4.2	RESPONSABILIDADE SOCIAL	47
4.2.1	Responsabilidade social desenvolvida internamente	47
4.2.1.1	Projetos sociais internos.....	47
4.2.2	Responsabilidade social desenvolvida externamente	48
4.2.2.1	Projetos sociais externos.....	48
4.3	IMPLANTAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL	48
4.3.1	Implantação do balanço social	49
4.3.1.1	Indicadores sociais internos	56
4.3.1.2	Indicadores sociais externos	57
4.3.1.3	Indicadores ambientais.....	57
4.4	IMPLANTAÇÃO DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE	58
4.4.1	Implantação do relatório de sustentabilidade	58
4.4.1.1	Indicador ecológico.....	64
4.4.1.2	Indicador econômico	65
4.4.1.3	Indicador social.....	65
4.4.1.3.1	<i>Funcionários</i>	66
4.4.1.3.2	<i>Clientes e consumidores</i>	67
4.4.1.3.3	<i>Sociedade</i>	67
4.4.1.3.4	<i>Fornecedores</i>	68

4.5	GERAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE RIQUEZA.....	68
4.5.1	Demonstração do valor adicionado.....	69
4.6	DEMONSTRAÇÃO DO RETORNO DOS IMPOSTOS A CIDADE	70
4.7	CONSIDERAÇÕES E SUGESTÕES DO ESTUDO DE CASO	80
4.7.1	Considerações.....	80
4.7.2	Sugestões	80
5	CONCLUSÃO	82
	REFERÊNCIAS.....	84

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO

Diante das pressões internas nas organizações pela geração de lucros, ocasionada principalmente pela crescente concorrência no mercado, estas acabam por não assumir o seu compromisso social com a sociedade.

Para garantir a elaboração dos produtos e atingir as metas de lucros, as organizações tem feito uso dos recursos naturais de forma inconsciente e desenfreada, sem se preocupar com os impactos que estas causam no meio ambiente e sociedade. Além disso, está a falta de valorização da mão de obra, sendo recompensados com salários não compatíveis e condições inadequadas de trabalho.

Isso tem causado escassez dos recursos naturais e o aumento da conscientização da sociedade por melhores condições de trabalho, qualidade de vida e sustentabilidade ambiental, intensificando o questionamento sobre a responsabilidade social. Pois o que se espera de uma organização é que ao fazer uso dos recursos, é que esta recupere a extensão degradada e retribua justamente aos seus colaboradores.

Sendo essas transformações necessárias para que as organizações se mantenham no mercado, foi preciso uma transformação no modo de pensar e agir. Dessa forma, percebendo estas exigências e tendo conhecimento da sua dependência, tanto com relação aos recursos, quanto pessoas, as organizações passaram a implementar práticas e atitudes de responsabilidade social e ambiental, que contribuam com a melhora na qualidade de vida do trabalhador e na busca por alternativas mais sustentáveis no modo de produção, procurando desta forma, se adaptar a este cenário.

Assim, surge a necessidade de apresentar e divulgar estas informações de ordem social e ambiental, sendo o balanço social a ferramenta da qual a contabilidade dispõe, o qual gera informações qualitativas e quantitativas do desempenho da empresa. Complementado pelo relatório de sustentabilidade, o qual gera dados, informações e indicadores ambientais, permitindo que as organizações possam garantir e prestar contas de suas responsabilidades e impactos sustentáveis.

1.2 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

1.2.1 Delimitação do tema

A sociedade está atenta em relação aos problemas sociais e ambientais e espera das empresas ações que demonstrem seu compromisso social. Para que estas possam sobreviver a este cenário, devem se preocupar não somente em obter lucros, mas com a sociedade na qual estão inseridas.

Uma empresa socialmente responsável necessita, além de cumprir a legislação, apoiar o desenvolvimento da comunidade, preservar o meio ambiente e tornar-se responsável por todos aqueles com quem se relaciona, ou seja, acionistas, empregados, fornecedores, clientes, concorrentes, governo ou a comunidade (SOUZA, 2011, p.9).

Portanto, as empresas socialmente responsáveis devem além de se preocupar em atender as demandas de informações gerenciais e estratégicas a seus proprietários e acionistas, possuir a capacidade de ouvir os interesses dos *stakeholders* (funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo, meio-ambiente, etc.) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades.

A contabilidade, percebendo a necessidade das empresas de demonstrar sua responsabilidade social, contribui com um conjunto de informações para divulgar suas ações econômico-sociais que é o balanço social e relatório de sustentabilidade.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE, 2019), “o balanço social reúne um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade”.

Através da análise do balanço social a sociedade pode verificar o grau de envolvimento da empresa com o meio em que está inserida e o quanto está disposta a investir em ações sociais.

Pretende-se com este estudo elaborar, interpretar e analisar o relatório de sustentabilidade e balanço social de uma indústria metalúrgica e a partir disto, apresentar para a sociedade os investimentos em ações sociais desenvolvidas, seja na sociedade e meio ambiente, destacando a importância no desenvolvimento da região e cumprimento do seu papel de responsabilidade social.

1.2.2 Definição da questão de pesquisa

Com base na delimitação do tema de pesquisa proposto, a questão para o estudo é: Como o balanço social e o relatório de sustentabilidade podem evidenciar as ações de contribuição e responsabilidade social de uma indústria metalúrgica para a região onde ela está inserida?

A definição da questão de pesquisa, além de levar em consideração a delimitação do tema, considerou a necessidade de destacar a importância da empresa na região. Uma vez que, além de investimentos em ações sociais, a empresa tem contribuído com o desenvolvimento da região.

1.3 HIPÓTESES OU PROPOSIÇÕES

H1: Empresas que não divulgam suas ações de contribuição e responsabilidade social, não são reconhecidas como empresas socialmente responsáveis.

H2: Os investimentos da empresa em ações de contribuição e responsabilidade social são determinantes no desenvolvimento social da região.

H3: Através de ações filantrópicas as empresas procuram garantir à sociedade que realizam a responsabilidade social.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo geral

Verificar de que forma o balanço social e o relatório de sustentabilidade podem evidenciar as ações de contribuição e responsabilidade social desenvolvidas por uma indústria metalúrgica da Serra Gaúcha.

1.4.2 Objetivos específicos

a) Fazer levantamento bibliográfico relacionado a responsabilidade social.

- b) Identificar e descrever a função social da contabilidade com relação a evidenciação da responsabilidade social.
- c) Levantar questões para elaboração do balanço social.
- d) Conceituar o relatório de sustentabilidade e os princípios para sua elaboração.
- e) Elaborar um estudo de caso em uma indústria metalúrgica.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Segundo Tinoco (2010), o conceito de responsabilidade social corporativa deve enfatizar o impacto das atividades das empresas para os agentes com os quais interagem, os *stakeholders*: clientes, fornecedores, financiadores de recursos financeiros, governos, comunidade, funcionários e acionistas. Afirma ainda, que as empresas, enquanto agentes sociais, fazem parte da sociedade que as abriga e condiciona sua existência. Portanto, não existem por si mesmas, uma vez que dependem da teia de conexões presentes no mercado, existindo assim uma colaboração mútua.

Kroetz (2003 apud TINOCO, 2010, p. 6), corrobora com Tinoco afirmando que:

o conceito de responsabilidade social corporativa pressupõe que a organização não seja somente um agente econômico, produtor de riqueza e gerador de lucros, mas, também, um agente social, com participação e influência sobre o seu entorno. Tendo como objetivo não só o retorno ao acionista, mas também a geração do bem-estar, o desenvolvimento da comunidade onde atua, a sua colaboração na preservação do meio ambiente e a criação de condições de trabalho favorável.

Para Antonovz (2014, p. 147) “A responsabilidade social é a administração das relações contratuais institucionais formadas pela companhia e as medidas adotadas para o atendimento dos interesses dos diversos participantes”.

Tachizawa (2019, p. 11) enfatiza a responsabilidade social relacionada ao meio ambiente.

Uma gestão ambiental e de responsabilidade social é o exame e a revisão das operações de uma organização da perspectiva da ecologia profunda, ou do novo paradigma. É motivada por uma mudança nos valores da cultura empresarial, da dominação para a parceria, da ideologia do crescimento econômico para a ideologia da sustentabilidade econômica. Envolve mudança correspondente do pensamento mecanicista para o pensamento sistêmico e, por conseguinte, um novo estilo de administração conhecido como administração sistêmica.

Tachizawa (2019) afirma ainda, que a gestão ambiental e responsabilidade social surgem da necessidade de atender a um novo cliente, o consumidor verde e

ecologicamente correto. Que irá exigir que os gestores das organizações conciliem as questões ambientais com os objetivos econômicos.

Para Tachizawa (2019), a gestão ambiental não questiona a ideologia do crescimento econômico, mas quer o reconhecimento de que este crescimento ilimitado em um planeta finito só pode levar a um desastre, por isso afirma que faz-se necessário gastos nesta área. Sendo que estes gastos com proteção ambiental devem ser vistos como investimentos no futuro e, paradoxalmente, uma oportunidade competitiva, que poderá propiciar ganhos financeiros.

2.1.1 Modelos de responsabilidade social

2.1.1.1 As três teorias da responsabilidade social

Barbieri e Cajazeira (2016) apresentam em seu livro as teorias das partes interessadas (*stakeholders*), do acionista (*stockholder*) e contratualista, relacionadas com a responsabilidade social empresarial. Segundo os autores, “essas teorias procuram indicar caminhos para atuar diante de situações concretas, fornecendo referências para orientar e julgar as ações realizadas” (BARBIERI; CAJAZEIRA 2016, p. 37).

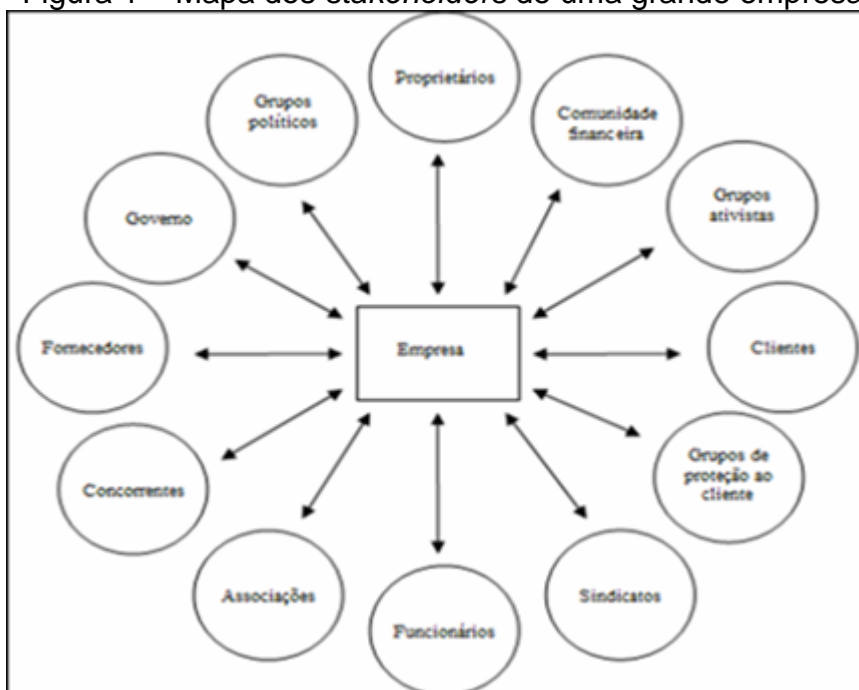
2.1.1.1.1 Teoria das partes interessadas (*stakeholders*)

Considera não somente o interesse dos proprietários na condução das empresas, mas também, das partes interessadas. O seu surgimento pode ser explicado através da afirmação de Tenório (2004 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016, p. 20):

a responsabilidade social centrada na função econômica da empresa como geradora de lucros, salários e impostos já não seria mais suficiente para orientar os negócios diante de novos valores requeridos pela sociedade pós-industrial, como a busca da qualidade de vida, valorização do ser humano e respeito ao meio ambiente.

Na Figura 1, Freeman (1994 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016) faz uso das setas para os dois sentidos para demonstrar que as partes interessadas afetam e são afetadas, influenciam e são influenciadas pelas empresas.

Figura 1 – Mapa dos *stakeholders* de uma grande empresa



Fonte: Freeman (1994 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016, p. 25)

2.1.1.1.2 Teoria do acionista (*stockholder*)

Esta teoria é contrária à do acionista e está baseada na premissa de que os gerentes são agentes da propriedade, responsáveis apenas pela geração de lucros.

Friedman (1970 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016) afirma que a responsabilidade social é gerar lucros dentro da lei, isto por que está produzindo um bem ou serviço socialmente importante, e com isso, pode remunerar os fatores de produção (capital e trabalho), gerando renda para a sociedade e impostos para o governo, sendo este último o responsável por aplicá-los para resolver problemas sociais. Condena o uso de recursos da empresa para fins que não sejam a geração de lucros, pois afirma que se os dirigentes e acionistas quiserem contribuir para resolver problemas sociais, devem usar seus próprios recursos. Somente as pessoas possuem responsabilidades, as corporações devem apenas ter responsabilidades legais.

Este conceito está associado à teoria de Adam Smith (1776 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016, p. 9), que afirma:

[...] ao perseguir seus próprios interesses, o indivíduo muitas vezes promove o interesse da sociedade muito mais eficazmente do que quando tenciona promovê-lo. Nunca ouvi dizer que tenham realizado grandes coisa para o país aqueles que simulam exercer o comércio visando o bem público.

2.1.1.1.3 Teoria contratualista

Concebe a responsabilidade social da empresa como decorrente de um contrato hipotético ou real com a sociedade.

Conforme afirma Hasnas (1998 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016), o bem-estar social e a justiça constituem os termos centrais do contrato hipotético entre a empresa e a sociedade. O primeiro refere-se ao fato de que os membros da sociedade estão dispostos autorizar a existência das empresas somente se eles ganharem com isso. O segundo, que eles estão dispostos a autorizar a existência da empresa somente se ela concordar em permanecer nos limites das regras legais.

Através dos contratos hipotéticos, podem ser criados procedimentos normativos que auxiliem na gestão dos *stakeholders*, existindo dessa forma uma relação entre estas teorias. A identificação de contratos sociais implícitos pode prover princípios normativos para o processo de gestão de *stakeholders*, uma vez que esta apresenta alguns problemas quanto a justificar as reivindicações, identificar critérios normativos para ponderar interesses em competição e resolver conflitos entre os interesses e os objetivos financeiros da empresa (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016).

2.1.1.2 Modelo dos três domínios da responsabilidade social

Em 2003, Schwartz e Carroll (1979 apud MARTOS, 2015) sintetizam a concepção de responsabilidade social em três domínios: econômica, legal e ética, sendo a proposta intitulada “*Corporate Social Responsibility. A Three-Domain Approach*”.

Martos (2015) afirma que esta proposta foi criada devido a versão anterior de Carroll, das quatro pirâmides, apresentar algumas divergências que poderiam causar confusões ou formas inadequadas de uso. Por se tratar de uma pirâmide, poderia ser interpretada uma hierarquia entre as responsabilidades e o modelo não captura integralmente as interações entre as quatro responsabilidades.

No novo modelo, foram usados círculos para indicar os três campos ou domínios da responsabilidade social, conforme Figura 2.

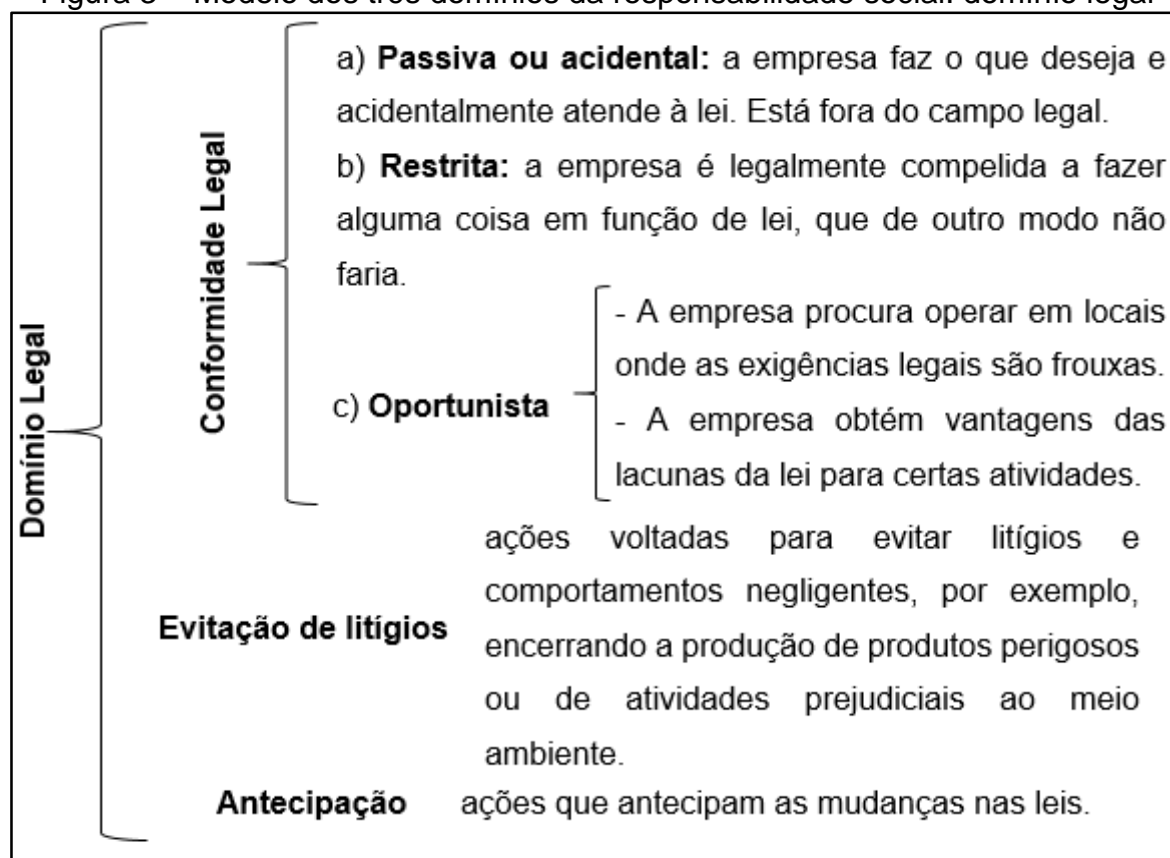
Figura 2 – O Modelo dos três domínios da responsabilidade social



Fonte: Schwartz e Carroll (2003 apud MARTOS, 2015, p. 76)

Barbieri e Cajazeira (2016), descrevem que o Domínio econômico refere-se às atividades voltadas à produção de impactos econômicos positivos, diretos ou indiretos, entendidos como maximização de lucro ou do valor das ações. O Domínio Legal refere-se às respostas dadas pela empresa com relação às normas e aos princípios legais, tendo este uma subdivisão: conformidade legal, medidas para evitar litígios e medidas antecipatórias às leis, conforme destacado na Figura 3.

Figura 3 – Modelo dos três domínios da responsabilidade social: domínio legal



Fonte: Barbieri e Cajazeira (2016, p. 47).

O Domínio ético refere-se às responsabilidades da empresa diante das expectativas da população em geral e dos *stakeholders* relacionados, envolvendo imperativos éticos domésticos e globais. Se dá através de três padrões éticos gerais, relativismo ético, consequencialista e deontológico.

2.1.1.3 Modelo cidadania empresarial

Para Martos (2015, p. 95), “a premissa fundamental da Cidadania Empresarial refere-se à implementação de uma forma de se gerenciar os negócios que contemple o impacto de sua atividade em face de seus *stakeholders*”. Havendo corresponsabilidade da empresa pelos problemas sociais da sociedade.

Cidadania Empresarial passa a ser utilizado para retratar o envolvimento da empresa em programas sociais de participação comunitária, realizadas por meio de incentivos ao trabalho voluntário, parceria com associações e/ou fundações e investimentos nos mais diversos projetos sociais. (MARTOS, 2015, p. 93)

Martinelli (2000 apud MARTOS, 2015) sugere uma perspectiva do conceito de Cidadania Empresarial dividido em três estágios.

Primeiro momento - a empresa é concebida pela busca de lucros. Sendo que a preocupação social está voltada ao cumprimento das obrigações legais;

Segundo momento – a empresa é compreendida como organização social voltada para as preocupações de seus *stakeholders*;

Terceiro momento – a empresa avalia a sua contribuição com a sociedade e na solução de problemas sociais.

Martos (2015) afirma que adotar esta estratégia de cidadania empresarial torna-se um diferencial perante os concorrentes, pois protege a reputação da empresa e reforça a imagem. Uma medida para prospectar clientes e melhorar os lucros da empresa.

2.1.2 Filantropia empresarial e a responsabilidade social da empresa

Para Martos (2015), as ações filantrópicas surgem da constatação das empresas de sua importância junto a sociedade. Estas ações representam medidas de resolução aos problemas sociais, motivadas por razões humanitárias, com o fim

de proteger o bem comum. Por ações filantrópicas, descreve como sendo ações esporádicas, doações e demais gestos benevolentes e sem vinculação com a estratégia empresarial. Destaca que a atuação socialmente responsável de uma empresa resulta de um planejamento, tem o dever de promover o desenvolvimento social e está direcionada às transformações na sociedade, não simplesmente a caridade. Portanto, as ações filantrópicas integram uma das partes da responsabilidade social e isoladamente não fazem parte do conceito de empresa socialmente responsável.

Este conceito é afirmado pela ABNT (2010 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016) a filantropia, entendida como doações a causas beneficentes, pode ter um impacto positivo na sociedade, entretanto, convém as organizações não a utilizem como um substituto para integrar a responsabilidade social na organização.

Melo Neto e Froes (2001 apud MARTOS, 2015, p. 85) complementam afirmando que:

A filantropia é uma “simples doação” decorrente da sensibilidade e da consciência social do empresário. A responsabilidade social é uma “ação transformadora”, uma nova forma de inserção social e uma intervenção direta em busca da solução de problemas sociais.

Assim como afirma Martos (2015, p. 85), “as ações filantrópicas são práticas assistencialistas, enquanto o conceito de responsabilidade social apresenta maior amplitude e coordenação, pois engloba as questões estratégicas das empresas, sendo considerado um instrumento de gestão”.

A partir dos conceitos apresentados, entende-se que a responsabilidade social está associada ao objeto social da empresa, o restante são ações filantrópicas, as quais Friedman (1970 apud BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016) reconhece a importância, desde não sejam providas com recursos da empresa.

2.2 A FUNÇÃO SOCIAL DA CONTABILIDADE

Merlo e Pertuzatti (2005 apud MARTINS et al., 2019) afirmam que a principal responsável pelo levantamento de dados das organizações para a tomada de decisões, tanto para gerenciamento como para ações referentes a responsabilidade social é a contabilidade.

Costa (2012 apud ELY; PEDERSEN, 2015) afirma ainda, que a contabilidade como ciência social possui as ferramentas necessárias para identificar o nível de responsabilidade social dos agentes econômicos, pois, à medida que a riqueza atende aos indivíduos, precisa atender também ao ambiente em que atua.

A função social da contabilidade é afirmada através do conceito de *Ludicibus*, Marion e Faria (2017, p. 37):

[...] informando à sociedade quão bem (ou mal) certa entidade utiliza os recursos conferidos pelos sócios ou pelo povo, exerce um papel de grande relevância nessa mesma sociedade. A Contabilidade é o melhor repórter e intérprete desse desempenho, pois verifica o volume dos (e se necessário quais) produtos ou serviços que a entidade repassou à sociedade, se o fez a preços razoáveis, com boa qualidade, como a entidade amalgamou os fatores de produção, se pagou salários competitivos, se efetuou programas de treinamento de sua força de trabalho e se, após ter feito todos esses pagamentos, inclusive de impostos, ainda foi capaz de gerar margem para seus acionistas e para reinvestir dentro da própria entidade, se é moderna e competitiva etc. Assim, verifica-se que a Contabilidade tem uma função social muito relevante, independentemente de a entidade praticar a chamada Contabilidade Social (ou Balanço Social) em que essa importância fica mais caracterizada, pois, nesse caso, além das demonstrações contábeis tradicionais, a entidade fornece outras específicas.

Ely e Pedersen (2015) afirmam que devido às mudanças referentes ao meio ambiente e problemas sociais nas últimas décadas, surgiu a necessidade de adequação da contabilidade, a fim de suprir a carência de mensuração dos danos e transformações que uma entidade pode causar. Sendo que essa mudança resultou na ampliação dos usuários da contabilidade e uma nova postura das empresas para com a sociedade.

Essas mudanças resultaram em uma contabilidade que vai além do uso somente para escrituração contábil, forma equivocada de entendimento de alguns usuários. Dentre as funções sociais da contabilidade está a de identificar, mensurar e informar as demonstrações e evidenciá-las para sociedade, a fim de que estes possam verificar a responsabilidade social da empresa da qual tem interesse.

Esta função social é possível pois, a contabilidade é a ciência social que tem como objetivo o controle econômico de uma entidade, sendo o sistema de informação que controla o patrimônio (PADOVEZE, 2016).

Assim, além de estabelecer que a contabilidade registra as mutações do patrimônio, é esta que fornece aos usuários informações sobre aspectos de natureza econômica, financeira e física do Patrimônio. Sendo estas informações úteis na

tomada de decisões econômicas e avaliações por parte dos usuários em geral (SANTOS, 2019).

O que pode ser afirmado por Marion e Santos (2018, p. 3), “a contabilidade é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa”.

Tinoco (2010) afirma que a contabilidade como ciência tem a missão de reportar informação contábil, financeira, econômica, social, ambiental, física, de produtividade e de qualidade, com sustentabilidade, buscando o desenvolvimento sustentável.

Essas mudanças, aliadas a ascensão da sociedade do conhecimento e a consequente redução da importância relativa dos processos industriais, tornam o contabilista uma figura chave nos processos de gestão da formação empresarial por intermédio das ferramentas oferecidas pela contabilidade, em especial pela especialização da área gerencial. Neste novo contexto mundial, sendo que a informação é o maior valor, a sua correta e eficiente utilização pode gerar amplos benefícios sociais (REIS, 2019).

Reis (2019) corrobora ao exposto ao afirmar que o contabilista tem o dever de demonstrar à sociedade sua responsabilidade social, utilizando seus conhecimentos e competências como forma de contribuir para o aumento da taxa de sucesso das empresas, gerando assim o desenvolvimento social e econômico de nosso país e, consequentemente, o desenvolvimento da própria profissão contábil.

Além disso, Merlo e Pertuzatti (2005 apud MARTINS et al., 2019) afirmam que o contador deve preocupar-se com o social e o ambiental e adotar medidas direcionadas à proteção, preservação e controle do patrimônio humano, criando mecanismos contábeis eficazes que sejam capazes de guiar os empresários na aplicação dos mesmos para satisfazer as necessidades da empresa e também da sociedade.

Sendo assim, utilizando-se das informações contábeis para fins gerenciais e para tomada de decisões, a contabilidade pode contribuir com o desenvolvimento das empresas e organizações, o que resultará no desenvolvimento da sociedade na qual a empresa está inserida. Em consequência, estará auxiliando na melhora da qualidade de vida da sociedade.

2.3 BALANÇO SOCIAL

Diante do exposto, referente a responsabilidade social e a função social da contabilidade, podemos compreender que a contabilidade como função social, auxilia na evidenciação da responsabilidade social das organizações. Sendo que a ferramenta da qual a contabilidade dispõe, é o balanço social.

2.3.1 Breve histórico do surgimento do balanço social

Segundo Danziger (1983 apud TINOCO, 2010), a partir dos anos 50, especialmente nos EUA e na Europa, ocorre uma mudança no contexto empresarial causada pela melhora no relacionamento com os colaboradores.

Segundo Tinoco (2010), esta mudança ocorre, pois com a revolução industrial e o uso das máquinas, houve uma restauração no que tange à finalidade da atividade humana. A desumanização de alguns serviços resultou em insatisfação por parte dos *stakeholders*, o que resultou em uma maior exigência por uma gestão socialmente responsável.

O autor relata ainda, que nesta mesma época, pesquisadores preocupados com questões ambientais iniciavam estudos sobre a relação que havia entre o desenvolvimento econômico e a deterioração ambiental.

Conforme afirma Ferreira et al. (2012, p. 26):

a necessidade de publicar um demonstrativo que apresentasse informações acerca da interação da empresa com o meio social e ambiental é proveniente do fortalecimento da ideia de responsabilidade social das empresas, que ainda nos anos 60 e 70 provocou a difusão da relevância do tema “ação social das empresas”, dando início a uma mudança de mentalidade do empresariado, que passou a se ver também como participante do desenvolvimento social.

É neste contexto que surge a responsabilidade social, e como consequência, o uso do balanço social, sendo elaboradas as primeiras informações e indicadores sociais, que passaram a ser publicados e divulgados junto com as demonstrações contábeis.

2.3.1.1 Evolução do balanço social no Brasil

O Quadro 1 evidencia a evolução do balanço social no Brasil e os acontecimentos que possibilitaram a forma como é apresentado hoje.

Quadro 1 – Evolução do balanço social no Brasil

Período	Acontecimento/ Evento
1974	ADCE emitiu o “Decálogo do empresário cristão”, cujos princípios preveem que empresa possui uma função social, a qual se materializa por meio da promoção de seus trabalhadores e da comunidade local.
1977	ADCE organizou seu 2º Encontro Nacional, no qual discutiu o balanço social
1980	ADCE promoveu o Seminário internacional de Balanço Social.
1984	A empresa Nitrofertil produz seu Balanço Social, reconhecido como o primeiro publicado no Brasil.
1986	É lançado o Balanço Social do mercado de capitais, patrocinado pelo Comitê de Divulgação do Mercado de Capitais (Codimec).
1991	Telebrás publica a primeira Demonstração do Valor Adicionado.
1992	A extinta Companhia Metropolitana de Transportes Coletivos — CMTC e o Banespa publicam sua Demonstração do Valor Adicionado.
1993	A Febraban elabora a primeira Demonstração do Valor Adicionado do setor bancário.
1996	O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) cria um modelo de balanço social.
1997	As deputadas Marta Suplicy, Sandra Starling e Maria da Conceição Tavares criaram o Projeto de Lei no 3.116, com o objetivo de obrigar a divulgação do BS. Neste mesmo ano, a Comissão de Valores Mobiliários (CMV) também colocou a discussão sobre a implementação do balanço social e sua obrigatoriedade em audiência pública.
1999	O deputado Paulo Rocha apresentou o Projeto de Lei no 32, em substituição ao de no 3.116/1997, com base no modelo francês.

Fonte: Adaptado de Ribeiro (2010).

Desde então, não se criou uma lei de obrigatoriedade na elaboração do balanço social. O que se alega é que, enquanto alguns entendem que é necessário impor sua publicação, outros acreditam que ela deveria ser deixada à escolha das empresas, pois criar isso poderia engessá-lo a um padrão, que não atenderia a todas as empresas (RIBEIRO, 2010).

2.3.2 Definição de balanço social

Como afirma Rokembach et al. (2009) a cultura da responsabilidade social está cada vez mais presente nas entidades. Houveram aprimoramentos no relacionamento com os funcionários, redução do impacto no meio ambiente e investimentos no desenvolvimento das comunidades em que atuam. A partir desta gestão responsável, surgiram os relatórios sociais que evidenciam e divulgam essas ações. Dentre estes relatórios está o balanço social.

Tinoco (2010), o balanço social, também conhecido pelos nomes de Relatório Socioambiental e Relatório de Sustentabilidade, tem por ambição descrever certa realidade econômica, social e ambiental de uma entidade através do qual é suscetível de avaliação.

Ferreira et al. (2012, p. 23) afirma “o balanço social é um demonstrativo contábil que visa à apresentação de informações acerca da interação da empresa com o meio em que se encontra inserida”.

Para Gonçalves (1980 apud TINOCO 2010, p. 3):

o balanço social compreende um conjunto de informações quantificadas, por meio das quais as empresas têm a possibilidade de acompanhar de maneira objetiva o desenvolvimento de suas atividades, no campo dos recursos humanos, bem como medir seu desempenho na implementação de programas de caráter social.

A Figura 4 traz o conceito e importância do balanço social para os mais diversos autores.

Figura 4 – Definição da importância do balanço social

Autor	Importância do Balanço Social
TAYLOR, 1980	É o instrumento mais apto, considerando-se suas limitações, para apoiar o comportamento social
TINOCO, 1984	Instrumento de gestão e de informação que visa reportar informações econômicas, financeiras e sociais do desempenho das entidades
SÁ e SÁ, 1995	Representa a expressão de uma prestação de contas da empresa à sociedade em face de sua responsabilidade para com a mesma
ANDREOLLA, 1997	Instrumento de medida do desempenho da empresa no campo social, considerando a tríplice realidade da empresa: econômico-financeira, pessoal-humana, política-social
DE LUCA, 1998	Instrumento de medida que permite verificar a situação da empresa no campo social
KROETZ, 2000	Instrumento de controle e de auxílio para a tomada de decisões e adoção de estratégias
KROETZ, 2000	Aborda questões que mostram com transparência as informações sobre a atuação social da empresa
SUCUPIRA, 2001	Um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas aos seus empregados e à comunidade onde está inserida
TINOCO, 2001	Pode contribuir para modificar a imagem pública da empresa, do próprio pessoal e do público em geral
IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBCKE, 2003	O Balanço Social tem por objetivo demonstrar o resultado da interação da empresa com o meio em que está inserida
MAZZIONI, 2005	O Balanço Social busca oportunizar a oferta de instrumentos válidos, capazes de refletir os esforços organizacionais relacionados ao bem-estar das pessoas, ao meio ambiente, à geração e distribuição de riquezas e da responsabilidade social que lhe é inerente

Fonte: Mazzioni (2005 apud TINOCO, 2010, p. 6).

2.3.3 Elaboração do balanço social

De acordo com Ferreira et al. (2012), o Brasil não possui uma regulamentação de âmbito nacional que institua um modelo obrigatório de balanço social, sendo apresentados os mais diversos modelos.

Segundo Rokembach et al. (2009), nesse contexto de diversidades de metodologias de elaboração e divulgação, em 2004 o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), editou a Resolução nº 1.003-04, que aprova a NBC T 15. A

norma estabelece procedimentos para evidenciação de informações de natureza social e ambiental, com o objetivo de demonstrar à sociedade a participação e a responsabilidade social da entidade. Esta resolução não tornou obrigatória a divulgação da Responsabilidade Social, mas desta forma as empresas possuem diretrizes para sua elaboração e divulgação.

Para fins desta norma, entendem-se como informações de natureza social e ambiental aquelas relativas: à geração e a distribuição de riqueza; aos recursos humanos; à interação da entidade com o ambiente externo; à interação com o meio ambiente.

2.3.3.1 Fontes de informação

Na sequência, as informações que Ribeiro (2010) afirma que devem constar no balanço social:

- a) geração e a distribuição de riqueza - as empresas captam, do meio onde estão sediadas os recursos necessários ao desenvolvimento de suas atividades, sendo este consumo evidenciado na DRE. Porém, esta demonstração apenas apresenta os benefícios gerados para os acionistas. Já a Demonstração do Valor Adicionado (DVA), objetiva evidenciar os benefícios proporcionados em prol da comunidade como um todo. Informa quanto a empresa adicionou, no período, aos recursos adquiridos de terceiros e como distribuiu esse valor adicionado entre a remuneração da mão de obra e do uso de capital de terceiros (juros e aluguéis), impostos pagos ao governo, remuneração do capital próprio (juros dividendos sobre ele e lucros retidos);
- b) recursos humanos - compreende todos os esforços para recrutar, organizar, manter, incentivar e treinar o corpo de colaboradores que serve à companhia. Através dos recursos humanos pode-se extrair inúmeras informações, tais como: nível educacional formal, sexo, treinamento, política de remuneração, produtividade e sua evolução, movimentação física, absenteísmo, assistências previdenciária, médica, social e outras, alimentação, transporte, ensino de línguas, preparo para a demissão, aumento da capacidade de adaptação e outras atividades. Estas informações são importantes para se conhecer a capacidade do mercado

de absorver mão de obra, o nível de especialização e tipo de habilidades a que o meio acadêmico precisa se dedicar e a qualidade do ensino nas redes pública e privada. Na sua forma mais tradicional, essas informações serviriam para demonstrar o empenho da organização em maximizar sua produtividade, ao elevar sua mão de obra da mera condição de empregados assalariados para a de colaboradores. Dessa forma reflete parte da responsabilidade social da empresa para com aqueles que lhe servem e sua contribuição para a melhoria das condições sociais e econômicas na região;

- c) interação da entidade com o ambiente externo - referem-se as ações sociais que a empresa desenvolve em prol da sociedade. Estas ações não pertencem ao objeto social da empresa, sendo que os gastos pertinentes serão alheios ao processo operacional da empresa;
- d) interação com o meio ambiente - as empresas são cada vez mais pressionadas, por diversos segmentos, para melhorar e aperfeiçoar seus processos produtivos, a fim de reduzir as agressões ao meio ambiente. Isso por que, ao captar do meio ambiente os recursos naturais renováveis ou não, a organização utiliza-se do patrimônio da humanidade. As informações quanto aos investimentos realizados no meio ambiente servem para orientar o público externo quanto à postura e preocupação da empresa com a questão ambiental e, por conseguinte, com a sociedade presente e futura.

Segundo Tinoco e Kraemer (2011), são três setores os responsáveis por fornecem as informações para a elaboração do balanço social: departamento de recursos humanos; contabilidade e sistemas de informação, conforme descritos:

- a) departamento de RH envolve-se com os assalariados desde sua seleção, recrutamento e admissão, até seu desligamento;
- b) departamento de contabilidade processa os atos e fatos administrativos, suscetíveis de mensuração e avaliação contábil, econômica, financeira e social;
- c) sistema de informações agiliza a informação, armazena-a e permite sua divulgação de forma rápida e online, para a empresa e para os usuários externos, usando entre outros meios a Web.

No balanço social podem ser extraídas informações que atendam aos diversos usuários. Este revela a estratégia de sobrevivência e crescimento da

entidade, divulga os investimentos realizados no desenvolvimento de pesquisas e tecnologias e verifica a participação dos trabalhadores no processo de gestão. Permite compor um banco de dados confiável para análise e tomada de decisão dos usuários, abrange todo o conjunto de interações sociais que compreende clientes, fornecedores, governo, acionistas, investidores etc. Isto possibilita ampliar o grau de confiança da sociedade em relação à entidade e evidenciar as contribuições da empresa à qualidade de vida da comunidade. Poderá servir de instrumento para negociações laborais entre empresa, sindicatos, representantes dos empregados. Estas informações clarificam os objetivos e as políticas administrativas que possibilitam avaliar a entidade, em função não apenas do resultado econômico, mas também dos resultados sociais. Uma vez que permite medir os impactos das informações apresentadas perante a comunidade onde mantém relação de negócios (KROETZ, 2000 apud TINOCO; KRAEMER 2011).

Além destes aspectos, também são evidenciados os indicadores socioeconômicos e ambientais, apresentando, assim, um conjunto completo de informações úteis dentro do contexto de responsabilidade social.

Na Figura 5 são relacionados os indicadores de caráter econômico com os indicadores de caráter social. Compreende-se que existe uma relação entre as informações econômica e social. Isto porque, a empresa atua e exerce sua atividade e nestas ações estão envolvidos os aspectos sociais (ANTONOVZ, 2014).

Figura 5 – Indicadores econômicos e sociais

Econômico	Social
Valor Adicionado por trabalhador	Evolução do emprego na empresa
Relação entre salários pagos ao trabalhador quanto ao valor adicionado	Promoção dos trabalhadores na escala salarial da empresa
Relação entre salários e receitas brutas da empresa	Relação entre a remuneração do pessoal de gerência e os operários
Contribuição do valor adicionado da empresa para o PIB	Participação e evolução do pessoal por sexo e instrução
Produtividade social da empresa	Classificação do pessoal por faixa etária, antiguidade na empresa
Carga tributária da empresa em relação a seu valor adicionado etc.	Nível de absenteísmo
	<i>Turnover</i>
	Benefícios sociais concedidos
	Política de higiene e segurança no trabalho, na proteção ao meio ambiente

Fonte: Antonovz (2014, p. 147).

Vellani (2011) traz ainda a questão do vértice ecológico, voltado para o meio ambiente. Utiliza de conceitos de Souza (2003), que afirma que inserir a variável proteção do meio ambiente pode obter selos como Green Cross e Green Seal e conseguir participar de um mercado novo ou que seu concorrente selado já opera. Constatou ainda que empresas brasileiras com desempenho ambiental positivo são aquelas com maior inserção no mercado internacional. Afirma que um negócio que não pondera a proteção do meio ambiente pode ter seu risco aumentado devido à emissão de algum resíduo que venha contaminar os ecossistemas e a sociedade. Essa contaminação pode influenciar na continuidade do negócio, pois a poluição pode acarretar penalidades, multas, paralisação das operações e causar prejuízos aos acionistas, comprometendo o atingimento das metas e o risco do negócio aumentar.

2.3.3.2 Modelos de balanço social

Tachizawa (2019) afirma que no Brasil não existe ainda nenhuma instituição credenciada para certificar empresas com SA 8000 (relacionada com as condições do trabalho) e a AA 1000 (relacionada a prestação de contas), as avaliações são feitas de acordo com os Estados Unidos. O que se tem no Brasil são organizações monitorando e oferecendo prêmios às empresas cidadãs, tais como: Instituto Ethos, Ibase e GRI.

2.3.3.2.1 Indicadores propostos pelo Instituto Ethos

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social apresenta o Instituto Ethos como uma Oscip (organização da sociedade civil de interesse público), fundada em 1998 por um grupo de empresários e executivos da iniciativa privada. Trata-se de uma ferramenta de gestão que apoia as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial (RSE) em suas estratégias de negócio (www.ethos.org.br).

É composto por um questionário que permite o autodiagnóstico da gestão da empresa e um sistema de preenchimento on-line, que possibilita a obtenção de relatórios, por meio dos quais é possível fazer o planejamento e a gestão de metas para o avanço da gestão na temática da RSE/Sustentabilidade.

Os Indicadores se concentram em avaliações em três áreas de atuação da empresa: processos produtivos; relações com a comunidade; e relações com os empregados. Tendo como foco avaliar o quanto a sustentabilidade e a responsabilidade social têm sido incorporadas nos negócios, auxiliando a definição de estratégias, políticas e processos. A partir do preenchimento do questionário é gerado um relatório de diagnóstico, sendo possível fazer um comparativo entre as empresas participantes, entre as empresas do mesmo setor e ainda com as que utilizaram o mesmo critério no processo de aplicação (esse comparativo pode ser feito nos casos das empresas associadas). Por se tratar de um autodiagnóstico, esta ferramenta não se propõe a medir o desempenho das empresas nem reconhecer empresas como sustentáveis ou responsáveis.

2.3.3.2 Modelo de balanço social do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE)

Conforme Ibase (2019), este foi fundado em 1981, pelo sociólogo Herbert de Souza (o Betinho) e os economistas Carlos Afonso e Marcos Arruda, é uma organização de cidadania ativa, sem fins lucrativos. Tornou-se a principal ferramenta por meio da qual as empresas são estimuladas a conhecer, sistematizar e apresentar à sociedade informações sobre seus investimentos internos e externos em ações, iniciativas e projetos relacionados com o social e o ambiental.

Apresenta dados e informações de dois exercícios anuais por meio de uma tabela bastante simples e direta, composta prioritariamente por indicadores quantitativos referentes às informações e aos dados sobre investimentos financeiros, sociais e ambientais, que deve ser publicada e amplamente divulgada. Este modelo atualmente é composto por 43 indicadores quantitativos e oito indicadores qualitativos, organizados em sete categorias ou partes, conforme segue:

- a) base de cálculo;
- b) indicadores sociais internos;
- c) indicadores sociais externos;
- d) indicadores ambientais;
- e) indicadores do corpo funcional;
- f) informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial;
- g) outras informações.

2.3.3.2.3 Diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI)

De acordo com o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável, a *Global Reporting Initiative (GRI)* é uma organização internacional que ajuda empresas, governos e outras instituições a compreender e comunicar o impacto dos negócios em questões críticas de sustentabilidade. Mudanças climáticas, direitos humanos e problemas de corrupção são algumas dessas questões.

A elaboração dos relatórios ajudam a identificar os impactos das operações da organização sobre o meio ambiente, economia e sociedade civil. O objetivo é apontar informações confiáveis, relevantes e padronizadas para que as empresas avaliem oportunidades e riscos a partir desses impactos e tomem decisões mais embasadas sobre o assunto.

Os indicadores são dispostos em módulos inter-relacionados e representam as melhores práticas de relato dos impactos econômicos, ambientais e sociais dos negócios.

Na sequência são relatados os indicadores:

- a) indicadores de desempenho econômico;
- b) indicadores de desempenho ambiental;
- c) indicadores de desempenho social (práticas trabalhistas e trabalho decente; direitos humanos; sociedade; responsabilidade sobre o produto);
- d) desempenho integrado.

FERREIRA et al. (2012, p. 1) ressalta:

[...] do reconhecimento de uma responsabilidade social se validará a existência dos balanços sociais, e se legitimará, conseqüentemente, a análise da qualidade informativa destes instrumentos. Assim se poderá fechar um “ciclo virtuoso” onde a construção de um balanço social não tendencioso, que exponha as externalidades positivas e negativas da atividade econômica empresarial, permitiria a diferenciação de empresas “realmente cidadãs” daquelas que têm uma responsabilidade social apenas aparente, coroando a relevância do atual debate sobre comportamento corporativo socialmente responsável.

Portanto, o balanço social só pode existir com o reconhecimento de uma responsabilidade social das organizações empresariais. Sendo que auxilia na mensuração dos aspectos sociais da atividade empresarial.

Porém, devido a não padronização dos balanços sociais, estes são apresentados incompletos, com baixa padronização e transparência. Algumas

organizações fazem uso como instrumento de marketing, pois não divulgam informações negativas da empresa, somente as informações positivas, o que não evidencia o verdadeiro papel social da empresa (FERREIRA et al., 2012).

Tinoco (2010) complementa, alegando que a divulgação de informação na forma como é feita no Brasil não atende ao preceito básico de evidenciação. Isto por que, registram os eventos operacionais, não captando a inserção das entidades na vida social, a forma como elas se relacionam com seus colaboradores, seus fornecedores, os usuários de seus serviços, o Governo, enfim, os parceiros de suas atividades, os *stakeholders*. Esta não padronização fez com que estudiosos e acadêmicos apontassem para três direções na elaboração e abordagem do balanço social:

- a) primeira - de uma abordagem contábil, dando ênfase ao valor adicionado gerado e distribuído pela empresa;
- b) segunda - em que os aspectos sociais, ambientais e de relações do pessoal, de caráter eminentemente qualitativo, merecem evidência;
- c) terceira - denominada de mista, em que “concilia os aspectos econômicos e contábeis, com os sociais”.

O acesso à informação com qualidade é um pré-requisito para o exercício de cidadania, vale dizer, condição essencial para que os problemas socioeconômicos sejam debatidos e resolvidos a partir do convívio democrático entre os grupos sociais, buscando transparência com sustentabilidade (TINOCO, 2010, p .8).

Portanto, faz-se necessário que os balanços sociais complementem as informações elencadas pela NBC T 15, fornecendo aos usuários um leque amplo de informação. Com a criação de uma legislação que padronize a evidenciação, seja instituindo o balanço social ou outro instrumento padrão internacional, poderá se reprimir o uso incorreto (FERREIRA et al., 2012).

2.3.4 Usuários das informações

Para Tinoco (2010, p. 5) “O balanço social tem por objetivo ser equitativo e comunicar informação que satisfaça à necessidade de quem dela precisa”.

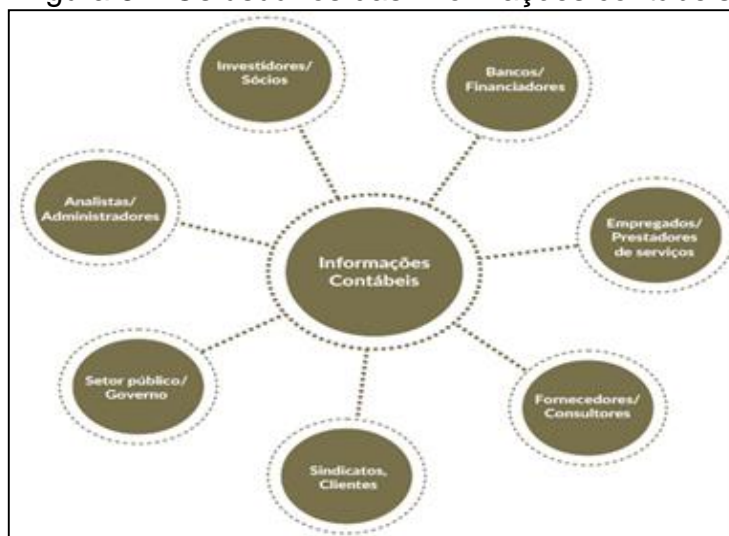
Antonovz (2014, p. 148) confirma este conceito, “O balanço social tem como objetivo apresentar informações que satisfaçam a necessidade dos usuários da contabilidade, sendo essa também a função da própria contabilidade”.

Saporito (2017) afirma que os interesses pela contabilidade e a natureza da informação contábil, disponibilizada pelas organizações, variam conforme o tipo de usuário (interno ou externo).

Conforme Rocha (2010 apud SLOMP, 2017), os *stakeholders* são os públicos de interesse, grupos ou indivíduos que afetam e são significativamente afetados pelas atividades da organização, ou seja, clientes, colaboradores, acionistas, fornecedores, distribuidores, imprensa, governo, comunidade, entre outros.

Marion e Santos (2018, p. 4), “Os usuários são as pessoas que se utilizam da Contabilidade, que se interessam pela situação da empresa e buscam na Contabilidade suas respostas”. Alegam que não são somente os gerentes que se utilizam destas informações, descrevendo os mais diversos usuários, conforme Figura 6:

Figura 6 – Os usuários das informações contábeis



Fonte: Marion e Santos, (2018, p. 4).

Dentre os muitos usuários da informação contábil que Santos (2019) descreve, estão os empregados e seus representantes e público. Os empregados e seus representantes estão interessados em informações sobre a estabilidade, a lucratividade e informações que lhes permitam avaliar a capacidade que tem a entidade de prover sua remuneração, seus benefícios de aposentadoria e suas oportunidades de emprego. Para o público, as demonstrações contábeis podem

ajudar fornecendo informações sobre a evolução do desempenho da entidade e os desenvolvimentos recentes.

Referente aos usuários da contabilidade e do balanço social, na Figura 7 descreve-se os usuários e especificando as metas ou informações que estes buscam:

Figura 7 – Usuários da contabilidade e suas metas

Usuários	Indicadores e Metas Relevantes
Clientes	Produtos com qualidade; recebimento de produtos em dia; produtos mais baratos.
Fornecedores e Financiadores	Parceria; segurança no recebimento; continuidade.
Colaboradores	Geração de caixa; salários adequados; incentivos à promoção; produtividade; valor adicionado; segurança e sustentabilidade no emprego; efetivo.
Investidores Potenciais	Custo de oportunidade; rentabilidade; liquidez da ação.
Acionistas Controladores	Retorno s/o patrimônio líquido; retorno s/o ativo; continuidade; crescimento no mercado, sustentabilidade.
Acionistas Minoritários	Fluxo regular de dividendos; valorização da ação; liquidez.
Gestores	Retorno do patrimônio líquido; continuidade; valor patrimonial da ação; qualidade; produtividade; valor adicionado, sustentabilidade.
Governo	Lucro tributável; valor adicionado; produtividade.
Vizinhos	Contribuição social; preservação do meio ambiente; segurança, qualidade; sustentabilidade social.

Fonte: Tinoco e Kramer (2011, p. 71).

Os investidores (sócios ou acionistas), ou seja, aqueles que aplicam dinheiro na empresa, estão interessados basicamente em obter lucro, por isso se utilizam dos relatórios contábeis, analisando se a empresa é rentável; os fornecedores de mercadoria a prazo querem saber se a empresa tem condições de pagar suas dívidas; os bancos, por sua vez, emprestam dinheiro desde que a empresa tenha condições de pagamento; o governo quer saber quanto de impostos foi gerado para os cofres públicos; outros interessados desejam conhecer melhor a situação da empresa: os empregados, os sindicatos, os concorrentes etc. (MARION; SANTOS, 2018).

Para Tinoco (2010, p. 3):

[...] a Contabilidade precisou e precisa constantemente dotar-se de conhecimentos, ferramentas, enfim, de todo um arcabouço conceitual, para bem poder responder aos seus desideratos internos e externos. Precisa atender, sobretudo, aos usuários da informação (seus *stakeholders*), que tanto podem ser internos como externos, e que, em muitos casos, divergem quanto ao tipo de informação que desejam ver evidenciada pela Contabilidade.

2.4 RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

2.4.1 Conceito

Conforme afirma Ferreira et al. (2017, p. 4), “toda a ação de uma empresa sobre o meio onde está inserida causará uma reação que pode ser positiva, (benefícios gerados à sociedade, preservação ao meio ambiente) ou negativa (exploração social, danos à natureza).” Isso fez com que as empresas despertassem para a sua responsabilidade socioambiental, a fim de acompanhar os eventos que causam impactos ambientais e prever eventos capazes de ameaçar a continuidade das operações a ponto de torná-las insustentáveis.

Surge assim, a necessidade de demonstrações que apresentem o que as empresas têm feito para melhorar sua relação com a sociedade, e que demonstrem como elas têm atuado para a preservação do meio ambiente, não se restringindo apenas às demonstrações contábeis obrigatórias. Com o objetivo de suprir esta necessidade de informação de ordem ambiental, novos tipos de demonstrações têm sido elaborados, são as chamadas demonstrações socioambientais. O balanço social enquadra-se neste tipo de demonstrativo, porém as informações apresentadas no balanço social são mais quantitativas que qualitativas. Surge assim, o relatório de sustentabilidade, que contempla as informações do balanço social, apresentando dados quantitativos e evidenciando também os aspectos qualitativos da gestão socioambiental das empresas, possibilitando demonstrar seu desempenho socioambiental e compromisso com a sustentabilidade (FERREIRA et al., 2017).

Além de contemplar maior número de informações qualitativas, o relatório de sustentabilidade GRI surge para padronizar os indicadores a serem divulgados pelas empresas, uma vez que atualmente os relatórios não são padronizados. Esta não padronização se dá pelo fato de que a contabilidade é uma ciência social aplicada, esta é resultado do ambiente em que está inserida. E, como cada país tem suas peculiaridades no âmbito político, social, cultural e econômico, o sistema contábil também é estruturado para atender às necessidades e às imposições da interação destes ambientes de cada país. Assim, ao considerar que cada país tem seu conjunto de leis, regras, filosofias e procedimentos que visam proteger os seus interesses nacionais, fica fácil de entender que os sistemas contábeis acompanham esses interesses. Por causa disso, os relatórios anuais também podem ser alvo dessas

diferentes interpretações e formas de organizar a informação dos negócios das empresas. (VELLANI, 2011)

SustainAbility et al. (1994 apud Vellani, 2011) explicam que as empresas podem ser classificadas conforme o grau e a qualidade da divulgação de informações sobre sua relação com os ecossistemas. Há cinco estágios:

- a) verde lustroso: nesse primeiro estágio, há pouca informação no relatório anual sobre a relação da empresa com os ecossistemas;
- b) político: a empresa divulga apenas sua política ambiental no relatório anual;
- c) descritivo: aqui já começa a ser divulgado no relatório anual informações sobre o sistema de gestão ambiental da companhia com muito texto, mas pouca figura;
- d) estado da arte: aqui a empresa informa seu desempenho ambiental de forma completa. Divulga informações físicas e monetárias. Informações no nível corporativo, unidade de negócio, linha de produto (ou serviço) e por unidades de produto (ou serviço). Tudo mais bem detalhado e reportado no relatório anual da companhia;
- e) sustentabilidade: divulgação sobre a contribuição da empresa para o desenvolvimento sustentável das sociedades. Informam os aspectos econômicos, sociais e ecológicos do negócio por meio de indicadores físicos e monetários. Nesse estágio, o relatório anual passa a ser divulgado com o nome “relatório de sustentabilidade”.

A Figura 8 representa os cinco estágios das empresas conforme o grau e a qualidade da divulgação de informações sobre sua relação com os ecossistemas.

Figura 8 – Os cinco estágios dos relatórios



Fonte: Vellani (2011, p. 9).

2.4.2 Relatório de sustentabilidade – *Global Reporting Initiative (GRI)*

A SGS (2019) afirma que as diretrizes do relatório elaborado pela GRI são aplicáveis a todas as organizações oferecendo princípios e conteúdos para as organizações elaborarem seus relatórios de sustentabilidade. Empresas que adotam este modelo relatam os seus impactos positivos e ou negativos sobre o meio ambiente, sociedade e economia, além dos compromissos assumidos para melhorar a sua atuação.

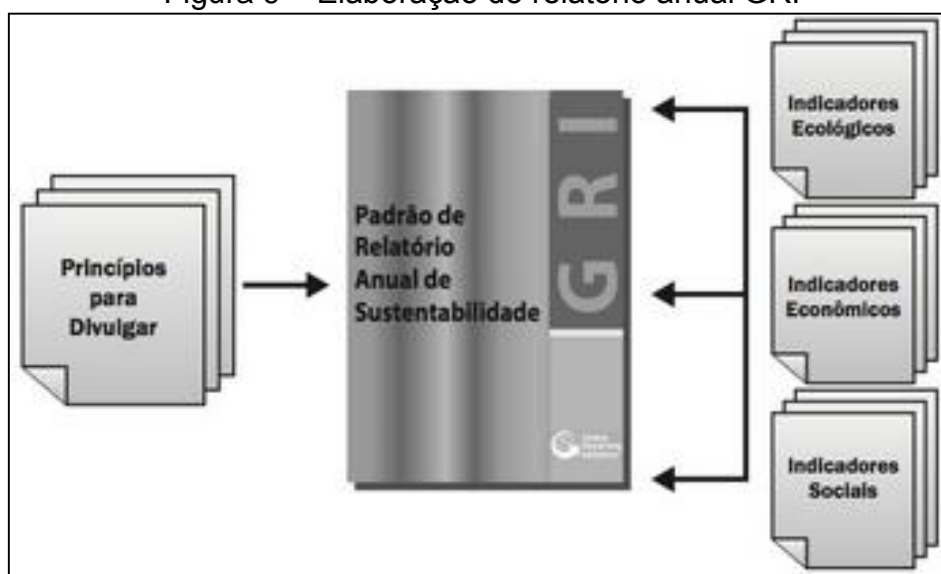
O que é afirmado pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) (2019), que relata que as diretrizes da GRI na elaboração dos relatórios ajudam a identificar os impactos das operações da organização sobre o meio ambiente, economia e sociedade civil. Tendo como objetivo o de apontar informações confiáveis, relevantes e padronizadas para que sua empresa avalie oportunidades e riscos a partir desses impactos e tome decisões mais embasadas sobre o assunto.

O relatório de sustentabilidade apresentado pela GRI baseia-se em um tripé onde são evidenciados os impactos econômicos, ambientais e sociais. Fazendo uso dos indicadores pode-se avaliar o desempenho da organização para manter o equilíbrio deste tripé, através de uma análise do desenvolvimento econômico, do impacto ambiental e da responsabilidade social. (FERREIRA et al., 2017)

Vellani (2011) corrobora com o exposto e afirma que são criados indicadores econômicos (economic indicators), para monitorar o desempenho econômico; indicadores ecológicos (environmental indicators), para monitorar o desempenho ecológico; e indicadores sociais (social indicators), para monitorar o desempenho social. Assim, objetiva organizar o processo de evidenciação da sustentabilidade empresarial.

A Figura 9 ilustra a elaboração do relatório anual segundo o padrão GRI:

Figura 9 – Elaboração do relatório anual GRI



Fonte: Vellani, 2011, pag. 93.

Com o objetivo de garantir a transparência destas informações foram estabelecidos princípios para definir o conteúdo, garantir a qualidade e estabelecer os limites do relatório. Os princípios descrevem o processo necessário para identificar os conteúdos que devem ser incluídos no relatório, levando em conta as atividades e impactos da organização e as expectativas e interesses substanciais de seus *stakeholders* (SLOMP, 2017). A Figura 10 apresenta estes princípios e seus conceitos.

Figura 10 – Princípios para definição do conteúdo do relatório

Princípios	Conceito
Inclusão de stakeholders	A organização deve identificar seus stakeholders e explicar no relatório as medidas que adotou para responder às expectativas e interesses razoáveis dessas partes.
Contexto da sustentabilidade	O relatório deve descrever o desempenho da organização no contexto mais amplo da sustentabilidade.
Materialidade	o relatório deve abordar Aspectos que: Ÿ- Reflitam os impactos econômicos, ambientais e sociais significativos da organização; ou Ÿ Possam influenciar, substantivamente, as avaliações e decisões de stakeholders.
Completeness	A cobertura de Aspectos materiais e seus limites deve ser suficientemente ampla para refletir impactos econômicos, ambientais e sociais significativos e permitir que stakeholders avaliem o desempenho da organização no período analisado.

Fonte: GRI (2017 apud SLOMP, 2017 p. 21).

Esse grupo de princípios orienta escolhas para garantir a qualidade das informações relatadas, inclusive da sua apresentação. As decisões relacionadas ao

processo de preparação de informações a serem incluídas no relatório devem ser compatíveis com esses princípios. Todos eles são fundamentais para garantir uma transparência efetiva. A qualidade das informações permite que os *stakeholders* realizem avaliações consistentes e justas e tomem medidas adequadas (SLOMP, 2017). A Figura 11 demonstra os princípios responsáveis por assegurar a qualidade dos relatórios.

Figura 11 – Princípios para assegurar a qualidade do relatório

Princípios	Conceito
Equilíbrio	Princípio: O relatório deve refletir Aspectos positivos e negativos do desempenho da organização, de modo a permitir uma avaliação equilibrada do seu desempenho geral.
Comparabilidade	A organização deve selecionar, compilar e relatar as informações de forma consistente. As informações relatadas devem ser apresentadas de modo que permita aos stakeholders analisar mudanças no desempenho da organização ao longo do tempo e subsidiar análises relacionadas a outras organizações.
Exatidão	As informações devem ser suficientemente precisas e detalhadas para que os stakeholders possam avaliar o desempenho da organização relatora.
Tempestividade	A organização deve publicar o relatório regularmente e disponibilizar as informações a tempo para que os stakeholders tomem decisões fundamentadas.
Clareza	A organização deve disponibilizar as informações de forma compreensível e acessível aos stakeholders que usam o relatório.
Confiabilidade	A organização deve coletar, registrar, compilar, analisar e divulgar as informações e processos usados na elaboração do relatório de uma forma que permita sua revisão e estabeleça a qualidade e materialidade das informações.

Fonte: GRI (2017 apud SLOMP, 2017, p. 21).

Vellani (2011) afirma que as empresas podem divulgar os indicadores GRI de três maneiras:

- a) dentro de seu próprio relatório anual, por meio do índice remissivo GRI: trata-se de uma lista dos indicadores com a página do relatório anual que consta a informação sobre o referido indicador GRI;
- b) construir um relatório à parte do relatório anual chamado relatório de sustentabilidade e nele divulgar os indicadores GRI;
- c) construir seu relatório anual com base no modelo GRI e transformar seu relatório anual em um relatório anual de sustentabilidade com os indicadores GRI para desempenho econômico, ecológico e social.

3 METODOLOGIA

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Dentre os procedimentos técnicos se optou em realizar pesquisa bibliográfica, que de acordo Marconi e Lakatos (2017), a pesquisa bibliográfica é realizada com base nos textos, livros, artigos científicos, ensaios críticos, dicionários, enciclopédias, jornais, revistas, resenhas e resumos, onde cada estudo possibilitará um conhecimento e auxílio para a elaboração da pesquisa bibliográfica, que devem ser considerados, na elaboração do balanço social e do relatório de sustentabilidade.

Visando verificar de forma prática os conceitos teóricos levantados na pesquisa bibliográfica, complementando a pesquisa será realizado um estudo de caso relacionado a uma indústria metalúrgica da serra gaúcha, que Appolinário (2015, p. 41) define como “os estudos de caso normalmente são pesquisas descritivas, cuja finalidade é compreender intensivamente um fenômeno típico”, tem como finalidade coletar informações para fazer um levantamento detalhado do tema, a fim de propor melhorias ou até mesmo a solução do problema levantado.

Após o estudo de caso foi feita uma pesquisa documental, que, por sua vez examina a realidade presente, investigando documentos com o intuito de apresentar e confrontar costumes, diferenças e entre outros (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2002). Nesse sentido, Carvalho (1989) afirma que este procedimento é muito utilizado nas Ciências Sociais e que a realização da pesquisa pode-se utilizar fontes primárias, ou seja, os documentos e fontes secundárias, como por exemplo, dados estatísticos.

Já em relação aos objetivos do estudo, tem-se como referência a pesquisa descritiva, que de acordo com Cervo, Bervian e Silva (2002) tem por objetivo observar, analisar e registrar fenômenos, fatos ou problemas de relevância. Segundo Gil (2008), uma de suas peculiaridades da pesquisa descritiva está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como questionário e a observação sistemática. Quanto à forma de abordagem do problema, pode ser classificada como qualitativa. Conforme Lakatos e Marconi (2011), a abordagem qualitativa implica em analisar e aprofundar as situações sociais mantendo uma reflexão contínua e observando detalhes sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento, etc.

3.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Inicialmente foi feita uma revisão bibliográfica acerca do tema em livros, artigos e outras fontes. Após, foi feita a escolha da empresa do segmento.

Com base nos dados levantados, foi feita uma análise dos Relatórios de Sustentabilidade alinhado ao objetivo e a questão de pesquisa.

A coleta dos dados foi feita através de entrevista informal ao contador da empresa, ao departamento de recursos humanos e funcionários. Conforme a necessidade, foram sendo consultados demais setores.

Além dos dados coletados na empresa para a análise do estudo de caso, também foi realizado um levantamento do recolhimento de ICMS no município, a fim de verificar o percentual de contribuição da empresa, junto a secretaria de finanças do município. Este resultado, juntamente com a DVA, poderá evidenciar a contribuição da empresa no desenvolvimento da região.

Para finalizar o trabalho, foram analisados os resultados encontrados através dos dados disponibilizados pela empresa, com a finalidade de alcançar o objetivo proposto inicialmente, sendo o de verificar de que forma o balanço social e relatório de sustentabilidade podem evidenciar as ações de contribuição e responsabilidade social desenvolvidas. Sendo o principal objetivo desta pesquisa demonstrar para os mais diversos usuários que a empresa objeto de estudo cumpre com seu papel de responsabilidade social.

4 ESTUDO DE CASO

4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA EMPRESA

4.1.1 Histórico

A empresa objeto de estudo está no mercado há 108 anos, atua em mais de 120 países. Atualmente possui uma área total construída de 266.000m² e 2.765 funcionários. Produz mais de 2 milhões de peças por dia e possui um catálogo de mais de 7.100 produtos, divididos em: facas de cozinha, profissionais e esportivas, utensílios de cozinha, talheres para uso diário, panelas, frigideiras, formas e assadeiras, tesouras, potes plásticos, talheres infantis, e uma linha completa de produtos e acessórios para churrasco.

Um dos principais objetivos da empresa, é tornar a vida das pessoas cada vez melhor, isso se traduz em seus produtos, que possuem propósitos e especificações distintas, conquistando assim públicos variados. A marca se apoia na inovação, no design, na tecnologia e no valor do capital humano. Acredita que os funcionários são uma das forças que movem a marca e que estes devem ser valorizados e qualificados.

As comunidades onde a empresa se insere fazem parte desse ideal. Dos processos fabris às estratégias de atuação, cada passo é dado em consonância com os mais rigorosos padrões de gestão ambiental e responsabilidade social. Um cuidado que se expressa na preservação do patrimônio cultural e na capacidade de proporcionar bem-estar social.

O estudo de caso será realizado na matriz da empresa, a fim de verificar a responsabilidade somente desta unidade. A empresa possui documentos unificados que apresentam a responsabilidade social de matriz e todas as filiais, mas não possui atualmente o balanço social e relatório de sustentabilidade por unidades. Para realização deste trabalho, foi preciso elaborar o balanço social e relatório de sustentabilidade em separado. Portanto as informações relatadas compreendem dados da unidade fabril matriz, 1 das 10 unidades do grupo.

4.1.2 Valores

- a) Satisfação do cliente - alto nível de qualidade para garantir satisfação dos clientes e permanência no mercado;
- b) transparência - ética, clareza de propósitos, relações íntegras e diálogo com todos os seus parceiros;
- c) trabalho - foco, disciplina e resultado;
- d) liderança - profissionais qualificados, alta tecnologia e baixo custo para competir nos mercados em que atua;
- e) valorização das Pessoas - funcionários trabalham pela empresa porque a empresa trabalha por seus funcionários;
- f) devoção - dedicação e paixão por tudo que faz.

4.1.3 Missão

Fazer bem feito para inspirar o dia a dia das pessoas e estimular experiências com significado, gerando valor e satisfação para clientes, consumidores, funcionários, acionistas e comunidades.

4.1.4 Estrutura organizacional

A empresa é uma Sociedade Anônima de Capital Fechado, vende ações somente para os próprios acionistas da empresa. É constituída por unidades de negócio independentes, possui um conselho de administração, onde as decisões da empresa são definidas.

Cada unidade de negócio possui seus gestores responsáveis, seguindo uma hierarquia: Diretores executivos definidos por área (administrativa e produção), abaixo deles estão os Gerentes das áreas, Supervisores de cada setor e os Encarregados dos setores.

As unidades possuem seus controles internos, metas, funcionários e segmentos de produtos variados. As metas são definidas por cada unidade de negócio, seguindo um padrão de crescimento e planejamento, em reuniões com participação dos gestores, diretores e coordenadores, após, são apresentadas ao

conselho em uma reunião anual onde cada unidade apresenta suas metas de faturamento e crescimento.

O conselho administrativo promove reuniões com os diretores das unidades de negócio para obter informações da situação econômica e financeira de cada unidade e assim sugerir melhorias e acompanhar os negócios.

4.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Neste subcapítulo, aborda-se sobre a responsabilidade social da empresa objeto de estudo, analisando a responsabilidade social desenvolvida internamente e externamente.

4.2.1 Responsabilidade social desenvolvida internamente

4.2.1.1 Projetos sociais internos

Ao longo de sua atuação, a empresa criou relações próximas e duradouras com as pessoas, que atravessa décadas conquistando gerações. Isto se reflete nos projetos sociais desenvolvidos, com o intuito de proporcionar aos seus funcionários bem-estar e lazer.

Dentro os projetos desenvolvidos para os funcionários, seguem os mais relevantes que estão ativos no ano de 2018:

- a) Espaço Convida - os funcionários contam com um espaço criado para valorizar a saúde física e mental, o bem-estar, a qualidade de vida e o incentivo à leitura, além da boa convivência entre colegas. Trata-se do Espaço Convida, que oferece aos visitantes um ambiente para o relaxamento, a leitura e o lazer. O Espaço Convida abriga uma biblioteca com mais de 980 livros de diferentes gêneros para empréstimo aos funcionários. Também dispõe de revistas e jornais, computadores com acesso à internet e Wi-Fi, mural eletrônico e sala de estar com poltronas, mesas e cadeiras – sem contar os jogos de dominó, dama, cartas e xadrez. Este espaço foi implantado no ano de 2017;
- b) Centro Educacional - este espaço nasceu com a ideia de inspirar a busca pelo conhecimento e incentivar as atividades de bem-estar. O espaço é

composto por 7 salas de aula; sala de reuniões (3 salas de atendimento); auditório; laboratório de informática; biblioteca; espaço café; bem-estar (2 salas para atividades físicas). Neste espaço são ofertados os mais diversos cursos e treinamentos. Este espaço foi implantado no ano de 2018.

4.2.2 Responsabilidade social desenvolvida externamente

4.2.2.1 Projetos sociais externos

A empresa tem o compromisso com o desenvolvimento social, educacional e cultural das comunidades em que atua, por meio de ações e suporte financeiro, apoia projetos sociais e incentiva seus funcionários a participarem de campanhas de solidariedade promovidas pela empresa. No ano de 2018 foram mais R\$ 2 milhões de reais de contribuições, conforme Quadro 2:

Quadro 2 – Contribuições projetos sociais externos ano-base 2018

Contribuições	2018
Centro Educativo Crescer (CEC)	R\$ 65.492,00
Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAÉ)	R\$ 23.541,00
Conselho Municipal da Promoção dos Direitos e Defesa da Criança e Adolescente (COMDICA)	R\$ 380.000,00
Incentivo à cultura	R\$ 1.460.000,00
Incentivo ao esporte	R\$ 300.000,00
Segurança Pública- Construção Sede Garibaldi	R\$ 240.000,00
Total	R\$ 2.469.033,00

Fonte: Elaborado pela autora, a partir dos dados da empresa (2019).

4.3 IMPLANTAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL

Atualmente a empresa objeto de estudo, juntamente com as demais unidades fabris do grupo, elabora o documento Responsabilidade Social. Este documento tem o objetivo de enfatizar a responsabilidade social em um documento próprio da empresa. Para responder ao problema proposto por este trabalho, foi preciso elaborar o balanço social e relatório de sustentabilidade em separado, a fim de verificar a responsabilidade somente desta unidade. As informações relatadas compreendem dados da unidade fabril matriz, 1 das 10 unidades do grupo.

4.3.1 Implantação do balanço social

Para elaboração do balanço social na empresa, após reunião com a gerente de RH e referencial teórico foram definidas as seguintes etapas, conforme Quadro 3:

Quadro 3 – Etapas para elaboração do balanço social

(continua)

Etapa	Objetivo	Desenvolvimento	Fonte
Primeira	Solicitação de autorização da direção para elaboração do estudo de caso	A solicitação foi direcionada ao setor de recursos humanos, responsável por comunicar a direção sobre a finalidade da realização do estudo de caso, o qual autorizou.	Setor de Recursos Humanos.
Segunda	Planejamento do estudo de caso	O planejamento do trabalho foi realizado a partir das informações obtidas na pesquisa bibliográfica, que possibilitou o entendimento dos dados que deveriam constar no balanço social, bem como os modelos de balanços sociais existentes.	Referencial teórico.
Terceira	Escolha do Modelo de Balanço Social	O modelo a ser adotado foi o IBASE, modelo que reúne um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. Este modelo é subdividido em três áreas de investimento, sendo denominados indicadores internos, indicadores externos e de meio ambiente. Este é o modelo mais difundido na atualidade no Brasil.	Referencial teórico e pesquisa de Balanços Sociais.

(conclusão)

Etapa	Objetivo	Desenvolvimento	Fonte
Quarta	Designar o grupo de trabalho interno e as partes interessadas externas a serem envolvidas	A partir do modelo escolhido foi preciso designar o grupo de trabalho interno e as partes interessadas externas a serem envolvidas, como fornecedores, clientes, comunidade, entre outros, e, alinhamento de objetivos e compromissos com alta administração e equipes.	Referencial teórico e gerente de Recursos Humanos.
Quinta	Coleta de dados	Para coleta dos dados das três áreas de investimento, foi preciso envolver diversos setores da empresa, tais como: contabilidade, recursos humanos, setor de compras, além dos setores indiretamente envolvidos. Esta coleta de dados foi realizada, primeiramente através de e-mails, telefone e contato direto com os setores envolvidos.	Responsável pelos setores; E-mails; Telefone; Contato direto com os setores.
Sexta	Tratamento e consolidação dos dados	A partir dos dados obtidos estes foram analisados e foi dado o seu devido tratamento, sendo lançados em seus respectivos indicadores.	Elaborado pela autora com base no modelo.
Sétima etapa	Apresentação, publicação e divulgação do relatório	Após finalizado, haverá a apresentação a Direção, publicação e divulgação, realizar consulta às partes interessadas sobre a qualidade das informações prestadas, a fim de que possam confirmar.	Elaborada pela autora em andamento.

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Após desenvolvidas as etapas do Quadro 3 da primeira a sexta, apresenta-se o Balanço Social da Matriz da empresa Objeto de Estudo, no Quadro 4:

Quadro 4 – Balanço social da matriz

(continua)

1 BASE DE CALCULO	2018			
Receita Líquida (RL)	R\$ 1.106.696.332,86			
Resultado Operacional (RO)	R\$ 245.844.976,44			
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	R\$ 182.659.675,10			
2 INDICADORES SOCIAIS INTERNOS	2018	% sobre a receita líquida	% sobre a resultado operacional	% sobre a folha de pagamento
Alimentação	R\$ 5.660.894,77	0,51%	2,30%	3,10%
Previdência privada	R\$ 1.823.648,85	0,16%	0,74%	1,00%
Saúde	R\$ 3.622.305,25	0,33%	1,47%	1,98%
Segurança e medicina no trabalho	R\$ 2.083.649,85	0,19%	0,85%	1,14%
Educação	R\$ 917.680,10	0,08%	0,37%	0,50%
Cultura	-	-	-	-
Capacitação e desenvolvimento profissional	R\$ 976.520,41	0,09%	0,40%	0,53%
Creches ou auxílio-creche	R\$ 442.924,23	0,04%	0,18%	0,24%
Participação nos lucros ou resultados	R\$ 8.137.110,05	0,74%	3,31%	4,45%
Encargos sociais compulsórios	-	-	-	-
Outros	R\$ 1.186.946,96	0,11%	0,48%	0,65%
Total - Indicadores Sociais Internos	R\$ 24.851.680,27			

(continuação)

3 INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS	2018	% sobre a receita líquida	% sobre a resultado operacional	% sobre a folha de pagamento
Educação	R\$ 89.033,00	0,01%	0,04%	0,05%
Cultura	R\$ 1.460.000,00	0,13%	0,59%	0,80%
Saúde e saneamento	-	-	-	-
Esporte	R\$ 300.000,00	0,03%	0,12%	0,16%
Combate à fome e segurança alimentar	-	-	-	-
Outros	R\$ 620.000,00	0,06%	0,25%	0,34%
Total das contribuições para a Sociedade	R\$ 2.469.033,00			
Tributos (excluídos encargos sociais)	-	-	-	-
Total Indicadores Sociais Externos	R\$ 2.469.033,00			
4 INDICADORES AMBIENTAIS	2018	% sobre a receita líquida	% sobre a resultado operacional	% sobre a folha de pagamento
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	R\$ 224.137,93	0,02%	0,09%	0,12%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	-	-	-	-
Total dos Investimentos em Meio Ambiente	R\$ 224.137,93			

(continuação)

Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa:	-	-	-	-
5. INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL	2018			
Nº de empregados(as) ao final do período	2.765			
Nº de admissões durante o período	298			
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	234			
Nº de estagiários(as)	Não temos			
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	407			
Nº de mulheres que trabalham na empresa	1.034			
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	13			

(continuação)

Nº de negros(as) que trabalham na empresa	24		
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	1		
Nº de portadores de deficiência ou necessidades especiais	144		
Empregos gerados ao longo dos anos de funcionamento da Cutelaria (desde a sua fundação):	11.580		
6 INFORMAÇÕES RELEVANTES QUANTO AO EXERCÍCIO DA CIDADANIA EMPRESARIAL	2018		
Relação entre a maior e a menor remuneração da empresa	Não informado		
Número total de acidentes de trabalho	Não informado		
Os projetos sociais ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input checked="" type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos (as) empregados

(continuação)

Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input checked="" type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> todos (as) empregados	<input type="checkbox"/> todos (as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apoia	<input checked="" type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos empregados
A participação nos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos empregados
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridas	<input checked="" type="checkbox"/> são exigidas
Quanto à participação dos empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apoia	<input checked="" type="checkbox"/> incentiva

(conclusão)

Número ações e críticas de consumidores(as):	[12.768] na empresa	[46] no Procon	[35] na justiça
% de reclamações e críticas solucionadas:	[100%] na empresa	[100%] no Procon	[86%] na justiça
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	R\$ 602.537.560,32		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	R\$ 602.537.560,32		

Fonte: elaborado pela autora, com base nos dados da empresa (2019).

No Quadro 4 é apresentado o modelo IBASE, desenvolvido a partir das etapas mencionadas no Quadro 3. O Modelo é importante na divulgação de ações socialmente responsáveis, nela constam todos os itens essenciais a serem apresentados à sociedade. As bases de cálculos adotadas são: receita líquida, resultado operacional e folha de pagamento bruta. Todos os índices, indicadores sociais internos, indicadores sociais externos e indicadores ambientais, são analisados através de percentuais dessas bases.

Este modelo é subdividido em três áreas de investimento, sendo denominados indicadores sociais internos, indicadores sociais externos e indicadores ambientais.

Situando os dados de receita líquida, observa-se que esta foi superior a R\$ 1.106 bilhões, o resultado operacional mais de R\$ 245 milhões e a folha de pagamento dos funcionários totalizou mais de R\$ 182 milhões.

4.3.1.1 Indicadores sociais internos

Os indicadores sociais internos compreendem os investimentos ou gastos em alimentação, previdência privada, saúde, segurança e medicina do trabalho, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, creche, participação nos resultados e encargos sociais compulsórios, ou seja, toda remuneração ou benefícios oferecidos ao seu quadro funcional. Os gastos com participação nos lucros e resultados teve o maior percentual sobre a RL, de 0,74%, representando o valor de

R\$ 8.137.110,05. Os valores gastos a título de alimentação também foram expressivos, representando 0,51% sobre a RL.

Item Outros foram considerados os benefícios concedidos aos funcionários em datas comemorativas, tais como: eventos do dia da mulher, páscoa, 1º de maio, aniversariantes, cestas básicas de natal, festas das crianças, medicina ocupacional, dia das mães, dia dos pais. Este valor é repassado para a associação dos funcionários, responsável pela organização dos eventos e contribuição ao programa Qualidade de Vida (Ginástica laboral e Jogos Sesi). Item Cultura a empresa não faz contribuição. Item Encargos sociais compulsórios não disponibilizado pela empresa.

4.3.1.2 Indicadores sociais externos

Os indicadores sociais externos englobam os gastos em educação, cultura, saúde e saneamento, esporte, combate à fome e segurança alimentar (acesso regular a alimentos em quantidade e qualidade suficientes, de maneira socialmente sustentável) e demais tributos. A cultura recebeu o maior percentual de investimento com relação a receita RL, representando 0,13%.

Item Outros foi considerada a contribuição ao Conselho Municipal da Promoção dos Direitos e Defesa da Criança e Adolescente (COMDICA) e Segurança Pública - Construção Sede Garibaldi. Item Saúde e Saneamento e Combate à Fome e Segurança Alimentar, são indicadores dos quais a empresa não faz contribuição. Item Tributos (excluídos encargos sociais) não disponibilizado pela empresa.

4.3.1.3 Indicadores ambientais

Os indicadores ambientais representam todos os investimentos na preservação e conservação do meio ambiente, bem como projetos externos. Para esse período a instituição também não tinha metas estabelecidas para redução do impacto ambiental de suas atividades.

Item Investimentos em Programas e/ou Projetos Externos a empresa não faz contribuição.

O modelo Ibase finaliza com informações a respeito do exercício da cidadania empresarial. Os tópicos mais relevante referem-se à contratação de 298 funcionários e o percentual de reclamações de clientes solucionados, que foi de 100% resolvidos

na empresa e Procon e 86% na justiça. A instituição também apoia a participação de seus empregados em programas de voluntariado.

Item Relação entre a maior e a menor remuneração da empresa e Número total de acidentes de trabalho, a informação não disponibilizada pela empresa. Item seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa: são exigidas para os fornecedores mais representativos. Item Número ações e críticas de consumidores (as), com a implantação de um novo sistema de atendimento ao consumidor no ano de 2018, o número de reclamações é aproximado. Em comparativo com a central de atendimento ao consumidor, este número procede. Item % de reclamações e críticas solucionadas - todas as reclamações recebidas são atendidas e resolvidas, mesmo não sendo resolvidas da forma que o consumidor esperava (troca de produto). Cinco processos recebidos em 2018 ainda estão em andamento, sendo então 86% dos processos resolvidos.

4.4 IMPLANTAÇÃO DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

O relatório de sustentabilidade é um gesto de transparência da empresa com seus *stakeholders*. Nesta publicação estão os principais resultados financeiros, sociais e ambientais, com o olhar para o negócio no ano, abordando os destaques da gestão dos temas materiais.

4.4.1 Implantação do relatório de sustentabilidade

Para elaboração do relatório de sustentabilidade na empresa, foram desenvolvidas as seguintes etapas, conforme Quadro 5:

Quadro 5 – Etapas para elaboração do relatório de sustentabilidade

(continua)

Etapa	Objetivo	Desenvolvimento	Fonte
Primeira	Solicitação de autorização da direção para	A solicitação foi direcionada ao setor de recursos humanos, responsável por comunicar a direção sobre a finalidade	Setor de Recursos Humanos.

(continuação)

Etapa	Objetivo	Desenvolvimento	Fonte
	elaboração do estudo de caso	da realização do estudo de caso, e este autorizou.	
Segunda	Planejamento do estudo de caso	O planejamento do estudo foi realizado a partir das informações obtidas na pesquisa bibliográfica, que possibilitou o entendimento dos dados que deveriam constar no relatório de sustentabilidade, bem como os modelos existentes.	Conteúdo da pesquisa bibliográfica.
Terceira	Escolha da estrutura	Para elaborar o relatório foram seguidas as diretrizes do GRI, em sua versão mais recente e atualizada, conhecida como <i>Standards</i> , padrão voluntário adotado por milhares de empresas em todo o mundo para o reporte de sustentabilidade.	Referencial teórico e pesquisa de modelos.
Quarta	Elaboração da matriz de materialidade e definição dos <i>stakeholders</i>	A fim de que o relatório traga as informações mais relevantes da sustentabilidade financeira, social e ambiental, a sua construção foi baseada em 18 temas materiais. Na sua elaboração foi preciso identificar os <i>stakeholders</i> , para que as informações obtidas sejam suficientes para avaliação do desempenho da empresa no período analisado.	Referencial teórico e pesquisa do modelo adotado.
Quinta	Coleta dos dados	Atualmente a empresa objeto de estudo elabora, juntamente com as demais unidades fabris do grupo, documentos que trazem assuntos relacionados aos fatores econômicos, sociais e ambientais.	Contato com setores através de e-mails, telefone e entrevistas.

(conclusão)			
Etapa	Objetivo	Desenvolvimento	Fonte
		<p>Estes documentos são elaborados separadamente e alguns possuem somente divulgação interna, sendo que os <i>stakeholders</i> externos não terão acesso a estas informações.</p> <p>Desta forma, a coleta dos dados se deu através destes arquivos já existentes e os assuntos que não estavam contemplados foram solicitados aos setores correspondentes, tais como recursos humanos, contabilidade, setor de compras, entre outros, por meio de contato direto com o responsável pelo setor para levantamento dos dados.</p>	
Sexta	Tratamento e consolidação dos dados	A partir dos dados obtidos estes foram analisados e foi dado o seu devido tratamento, sendo lançados em seus respectivos indicadores.	Elaborado pela autora com Base no Modelo.
Sétima	Apresentação, publicação e divulgação do relatório	Após apresentação, publicação e divulgação, realizar consulta às partes interessadas sobre a qualidade das informações prestadas, a fim de que possam ser ajustadas conforme a necessidade.	Elaborada pela autora em andamento.

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Alguns dados que foram evidenciados no relatório de sustentabilidade já constavam em documentos elaborados pela empresa, sendo que cada documento abordava um indicador. O relatório de sustentabilidade possibilitou elaborar um documento que englobe todos os indicadores, seguindo diretrizes e um padrão que as demais empresas no mercado utilizam.

O relatório elaborado inicia com a mensagem da diretoria da empresa. Por ser uma empresa já consolidada no mercado, buscou-se trazer o histórico da empresa, a fim de evidenciar que a história da empresa está vinculada a história da comunidade, que ambos se desenvolveram juntos. Além disso, foram abordados aspectos relacionados a forma de governança, mercado de atuação, e destacou-se a identidade da marca, que hoje é percebida como uma marca de qualidade e tradição, sendo reconhecida dos brasileiros, como mostra a pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha em 2016, que investigou o nível de conhecimento sobre a empresa e seus produtos. Os resultados apontam que praticamente a totalidade da população brasileira (97%) conhece a marca. Percebida, principalmente, por ter produtos de qualidade, tradição e prestígio, além de ser altamente recomendada. Isso se reflete nos Prêmios e Destaques, dentre os quais está o Marcas de Quem Decide 2017, no qual a empresa foi premiada nas categorias: categoria marca gaúcha inovadora: 1º lugar na lembrança e preferência; categoria grande marca gaúcha: 2º lugar na lembrança e preferência; categoria preservação ambiental: 5º lugar na lembrança e preferência; categoria TOP 10: a empresa também está entre as marcas mais lembradas e mencionadas ao longo dos 20 anos de realização do evento.

No Quadro 6 é apresentada a matriz de materialidade, desenvolvida a partir das etapas mencionadas no Quadro 5. A sua construção foi baseada em 18 temas materiais, a fim de que traga as informações mais relevantes da sustentabilidade ambiental, financeira e social. O modelo GRI é dividido em três indicadores: ecológico, econômico e social.

Quadro 6 - Matriz de materialidade

(continua)

TEMA MATERIAL		RELEVÂNCIA
ECOLÓGICO	Água	Utilizar de forma consciente e evitar seu desperdício. Deve-se priorizar o uso racional dos recursos hídricos, com o emprego de tecnologias que privilegiem a utilização de águas pluviais e sistemas de recirculação, visando reduzir o uso de água potável para finalidades menos nobres.

(continuação)

TEMA MATERIAL		RELEVÂNCIA
ECOLÓGICO	Efluentes	Dar o destino adequado aos efluentes gerados, observando os parâmetros legais. Devem-se otimizar os sistemas de tratamento, empregando a mais adequada tecnologia e priorizando o reaproveitamento de águas tratadas.
	Madeiras/Florestas	Utilizar madeira de origem comprovadamente legal, preferencialmente proveniente de manejo florestal sustentável, e incentivar o uso de madeiras de florestas de produção.
	Matérias-Primas Insumos / Serviços	É compromisso de todos fazer o uso consciente das matérias-primas e insumos, otimizando a sua utilização e evitando desperdícios de qualquer material empregado nas atividades da empresa. Dar preferência a materiais que sejam passíveis de reciclagem, tratamento ou reaproveitamento em outras cadeias produtivas. É importante incentivar a economia local, selecionando fornecedores que respeitem a legislação vigente e ofereçam produtos e serviços que contribuam para o desenvolvimento sustentável.
	Emissões atmosféricas	Devem-se reduzir as emissões atmosféricas, além de mapear, controlar e monitorar os pontos de emissão oriundos dos processos produtivos. É importante o incentivo às boas práticas e a conscientização para redução dos gases poluentes.
	Educação ambiental	Deve-se promover a educação ambiental para todos, contribuindo, assim, para o desenvolvimento de uma sociedade mais consciente e humana, comprometida com o futuro das gerações.
	Resíduos sólidos	Utilizar os materiais de forma consciente, evitando a geração de resíduos sólidos. Deve-se priorizar o reaproveitamento dos materiais internamente e, quando

(continuação)

TEMA MATERIAL		RELEVÂNCIA
ECOLÓGICO	Resíduos sólidos	necessário o descarte de resíduos, separá-los de acordo com a coleta seletiva e/ou destiná-los a outras cadeias produtivas. Os demais resíduos que não podem ser reciclados deverão ser tratados e destinados adequadamente.
	Geração de trabalho e renda	Promover o desenvolvimento da empresa, o que possibilitará a criação de postos de trabalho que gerem empregos e renda.
ECONÔMICO	Geração de renda no município	Por meio da geração de empregos possibilitar o desenvolvimento econômico.
	Inovação, design, tecnologia	Busca por processos produtivos inovadores no uso da tecnologia, que possibilitam maior rentabilidade/desenvolvimento da empresa. Essa inovação também se reflete nos produtos, que são inovadores e apresentam design diferenciado.
	Educação para o desenvolvimento dos colaboradores	Apoio ao desenvolvimento profissional através da oferta de cursos e treinamentos.
SOCIAL	Prata da casa	Desenvolvimento e valorização do capital humano, promovendo colaboradores internos para assumir as vagas que surgem.
	Vínculo familiar	Manter o vínculo familiar, possibilitando que membros de uma mesma família trabalhem juntos.
	Relações duradouras	Valorizar aqueles que fazem parte da equipe e que na empresa construíram sua história.
	Diversidade e equidade	Avançar na promoção da equidade no ambiente de trabalho, notadamente em relação a gênero e a participação das mulheres na liderança.
	Sociedade	Desenvolvimento local e regional, por meio da geração de empregos e programas e ações nas comunidades,

(conclusão)

TEMA MATERIAL		RELEVÂNCIA
SOCIAL	Sociedade	gerando vínculos de confiança e reciprocidade que impactam positivamente no nosso negócio.
	Senso de pertencimento	Sentir-se parte (empresa para comunidade e do colaborador para com a empresa)
	Empreendedorismo social	Ser reconhecida por seu empreendedorismo social, pois ao mesmo tempo em que gera lucro, também oferece produtos e serviços para a qualidade de vida da população, apresentando e desenvolvendo soluções inovadoras para atender aos problemas sociais.

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos dados da empresa (2019).

O desenvolvimento da matriz de materialidade levou em consideração os aspectos considerados mais relevantes na Matriz da empresa Objeto de Estudo.

4.4.1.1 Indicador ecológico

O sistema de gestão contempla as normas e certificações para garantir que os processos sejam realizados para assegurar a integralidade da empresa. Investimento e inovação constante são essenciais para ampliar a qualidade dos processos e resultados. Em 2018 a empresa possuía as certificações em ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, Certificação dos Produtos, FSC, NSF, SMETA.

O plano de Diretrizes Ambientais Corporativas formaliza práticas relativas ao uso racional de recursos naturais, focando especialmente em: água, efluentes, madeiras/florestas, matérias-primas e insumos / serviços, emissões atmosféricas, educação ambiental, resíduos sólidos (central de reciclagem, coprocessamento).

Além das diretrizes ambientais corporativas, com atuação desde 2014, o Comitê Ambiental, tem o propósito de alinhar práticas ambientais e compartilhar experiências, juntamente com os representantes das demais unidades fabris.

O desenvolvimento sustentável é um compromisso da empresa, que concilia produtividade e cuidados com o meio ambiente, bem como incentiva a multiplicação de uma consciência responsável entre os funcionários e comunidades. A empresa oferece um Programa de Visita para alunos, empresas e entidades, com foco na

gestão ambiental. Os participantes conhecem os sistemas de tratamento de água, a Central de Resíduos Industriais, Aterros Classe I e II e parte do processo produtivo. No ano de 2018 foram 1.025 visitantes.

4.4.1.2 Indicador econômico

Diariamente são produzidas mais de 2 milhões de peças, com um catálogo de mais de 7.100 produtos, divididos em: facas de cozinha, profissionais e esportivas, utensílios de cozinha, talheres para uso diário, panelas, frigideiras, formas e assadeiras, tesouras, potes plásticos, talheres infantis, e uma linha completa de produtos e acessórios para churrasco. Sendo constantemente elaborados novos produtos de acordo com as necessidades do mercado e clientes. Este desenvolvimento conta com o apoio dos centros de inovação, pesquisa e desenvolvimento (CIPeD), que contam com modernos laboratórios para a criação de produtos, atendendo a rigorosas normas de fabricação.

Ao longo destes mais de 108 anos de atuação, a empresa já empregou mais de 11.580 funcionários. No ano de 2018 foram admitidos 298 novos funcionários, o que possibilitou a geração de trabalho e renda. Além disso, o quadro funcional é composto por funcionários dos mais diversos municípios da região, tais como Carlos Barbosa 1.765, Garibaldi 66, Bento Gonçalves 8, Barão 173, Salvador do Sul 283 e São Pedro da Serra 215 e 255 outros, contribuindo com o desenvolvimento da região.

4.4.1.3 Indicador social

A empresa, é reconhecida por seu empreendedorismo social, pois ao mesmo tempo em que gera lucro, também oferece produtos e serviços para a qualidade de vida da população, apresentando e desenvolvendo soluções inovadoras para atender aos problemas sociais.

Este indicador social traz aspectos referente ao compromisso com os grupos de interesse da empresa, tais como: funcionários, clientes e consumidores, sociedade e fornecedores.

4.4.1.3.1 Funcionários

O quadro funcional é composto por 2.765 funcionários, 1.731 homens e 1.034 mulheres, sendo que estes trabalham com contrato com vínculo CLT. Além destes funcionários, a empresa conta com 123 aprendizes, 73 homens e 50 mulheres. Dentre os funcionários, 144 são portadores de deficiências e 24 negros. Este quadro funcional é dividido em cargos, tais como: gerente, supervisor, encarregado e operacional. Referente aos cargos de chefia, apenas 9,7% são representados por mulheres, sendo que 98,74% das mulheres assumem cargos de nível operacional. Desta forma, a diversidade e equidade ainda são aspectos que devem ser trabalhados e melhorados dentro da empresa.

A relação com os funcionários é amparada na simplicidade, no aprimoramento e na transparência. Juntas, empresa e equipes se fortalecem não apenas no cumprimento do dever, mas também pelo entusiasmo e afeto. Esse vínculo resulta em uma das características mais marcantes no quadro funcional: o tempo de permanência na empresa, onde pelo menos 20% dos funcionários trabalham há mais de 20 anos. A rotatividade na empresa é de 5,85%, sendo que destes 41,3% está na faixa etária entre 21 à 30 anos. Além disso, busca preservar os laços familiares, ao admitir funcionários leva em consideração aqueles que já possuem algum vínculo familiar com a empresa. A valorização do capital humano e desenvolvimento profissional também se refletem através da promoção de funcionários internos para assumir as vagas que surgem. Esses fatores fazem com que funcionários e demais públicos envolvidos sintam-se parte da empresa, assim como a empresa sente-se parte da comunidade na qual está inserida. Possui um pacote de benefícios, que muito além das disposições legais, tem por objetivo proporcionar aos colaboradores o atendimento de suas necessidades básicas. Dentre os benefícios estão: alimentação, previdência privada, saúde, segurança, educação, parque esportivo, Espaço Convida, Programa Qualidade de Vida, participação nos lucros ou resultados.

A empresa proporciona aos funcionários oportunidades de desenvolvimento profissional contínuo e com um ambiente de trabalho seguro e saudável. Desta forma, a empresa deu continuidade ao seus mais de diversos cursos e treinamentos, ampliando a oferta com a criação do centro educacional, o CEIT. Sendo que em 2018 a entidade contava com 2.765 funcionários, sendo investido o equivalente a R\$ 976.520,41, em média 64 horas de treinamento e cursos por colaborador. Do quadro

funcional 71,29% do total dos funcionários estão entres os níveis de escolaridade ensino médio completo, ensino superior incompleto e completo, o que pode ser considerado um reflexo do incentivo aos estudos.

A empresa investe em melhorias no serviço especializado em engenharia de segurança e em medicina do trabalho, nas brigadas de emergências, nas gestões da Cipa e ações da Sipat, pois afirmam que a responsabilidade com a segurança das pessoas deve crescer na mesma proporção dos negócios. A valorização da vida também se dá por meio de ações e campanhas preventivas de valorização da saúde como hipertensão, diabetes, AIDS/ISTS, Outubro Rosa, Novembro Azul, álcool e drogas, trânsito, alimentação saudável, atividade física, ginástica laboral, exercícios de alongamento, entre outras.

4.4.1.3.2 Clientes e consumidores

A empresa conta com um pós-venda direcionado ao atendimento dos consumidores. As reclamações são analisadas juntamente com os demais setores da empresa - setor de qualidade, setor de produção, engenharia – onde é possível identificar possíveis melhorias, ajustados processos. No ano de 2018 foram 12.768 reclamações, que foram 100% resolvidas, tanto na empresa quanto no Procon e 86% na justiça.

4.4.1.3.3 Sociedade

Desde a sua fundação, a empresa sempre acreditou que a razão maior do seu trabalho é promover a qualidade de vida para as pessoas. Neste sentido, tem um compromisso com o desenvolvimento das comunidades em que está inserida. Por meio de ações e incentivo financeiro, apoia projetos sociais e contribui com escolas, creches, entidades beneficentes e centros de formação. Outras iniciativas voluntárias, como urbanização viária, manutenção de praças, plantio de árvores, incentivo a campanhas de doação de sangue e arrecadação de donativos também são práticas que a empresa adota e que colaboram para ampliar a consciência coletiva. Contribuir com o bem-estar das comunidades é mais do que um compromisso – é um jeito de ser e de estar presente na vida das pessoas.

4.4.1.3.4 Fornecedores

O relacionamento com os fornecedores é orientado por procedimentos internos do SGT. São oportunizadas possibilidades de trabalhos à fornecedores das comunidades onde a empresa está presente, como parte da estratégia de contribuir para o desenvolvimento local. A empresa possui políticas de compras que norteiam a contratação e gestão dos fornecedores que serão utilizados pelo sistema, e para garantir que estejam alinhados aos valores, a empresa recomenda que observem todas as normas contidas no manual de conduta.

A empresa é quem define quais são as competências e qualificações dos fornecedores com os quais deseja fazer negócio, a intenção é criar novos requisitos sociais e ambientais a serem levados em consideração na hora da contratação, a fim de alinhar cada vez mais os parceiros aos valores do negócio.

4.5 GERAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE RIQUEZA

A riqueza gerada pela empresa, medida no conceito de valor adicionado, é calculada a partir da diferença entre o valor de sua produção e o dos bens e serviços produzidos por terceiros utilizados no processo de produção da empresa. O valor adicionado demonstra, a efetiva contribuição da empresa, dentro de uma visão global de desempenho, para a geração de riqueza da economia na qual está inserida, sendo resultado do esforço conjugado de todos os seus fatores de produção. Como índice de avaliação do desempenho na geração da riqueza, ao medir a eficiência da empresa na utilização dos fatores de produção, comparando o valor das saídas com o valor das entradas. Além disso, o desempenho social, à medida que demonstra na distribuição da riqueza gerada, a participação dos empregados, do Governo, dos Agentes Financiadores e dos Acionistas. Em resumo, a Demonstração do Valor Adicionado, constitui, uma importante fonte de informações à medida que apresenta esse conjunto de elementos que permitem a análise do desempenho econômico da empresa, evidenciando a geração de riqueza, assim como dos efeitos sociais produzidos pela distribuição dessa riqueza. (www.portaldecontabilidade.com.br)

A geração e distribuição de riqueza e renda são evidenciadas através da demonstração do valor adicionado (DVA). No Quadro 7, é apresentada a DVA da empresa objeto de estudo.

Quadro 7 – DVA 2018

DVA	2018
1-RECEITAS	R\$ 1.119.890.456,64
1.1) Venda de mercadoria, produtos e serviços	R\$ 1.106.696.332,86
1.2) Provisão para Devedores Duvidosos	R\$ 11.950.832,07
1.3) Não operacionais	R\$ 1.243.291,71
2- INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS	R\$ 739.936.907,28
2.1) Matérias-primas consumidas	
2.2) Custo das mercadorias e serviços vendidos	R\$ 623.726.981,65
2.3) Materiais, energia, serviço de terceiros e outros	R\$ 115.817.705,60
2.4) Perda/Recuperação de valores ativos	R\$ 392.220,03
3- VALOR ADICIONADO BRUTO (1-2)	R\$ 379.953.549,36
4- RETENÇÕES	-
4.1) Depreciações, amortização e exaustão	-
5- VALOR ADICIONADO LÍQUIDO GERADO (3-4)	R\$ 379.953.549,36
6- VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA	R\$ 222.584.010,96
6.1) Resultado de equivalência patrimonial	-
6.2) Receita Financeira	R\$ 222.584.010,96
7- VALOR ADICIONADO A TRANSFERIR (5+6)	R\$ 602.537.560,32
8- DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	R\$ 602.537.560,32
8.1) Pessoal e encargos	R\$ 182.659.675,10
8.2) Impostos, taxas e contribuições	R\$ 85.875.086,14
8.3) Juros e Aluguéis	R\$ 166.729.192,92
8.4) Juros sobre capital próprio e dividendos	R\$ 3.118.938,68
8.5) Lucros retidos / prejuízo do exercício	R\$ 164.154.667,48

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos dados da empresa (2019).

4.5.1 Demonstração do valor adicionado

No ano de 2018, o valor adicionado a distribuir foi de aproximadamente R\$ 602.537.560,32 milhões. Esse montante é distribuído entre governo, funcionários, financiadores, acionistas e valor retido.

O item governo, representado pelos impostos líquidos dos subsídios, apresentou o valor de R\$ 85.875.086,14 milhões. O valor distribuído aos funcionários, composto de salários, encargos previdenciários, previdência privada, benefícios e participação nos resultados, correspondeu a 30,32% do total.

4.6 DEMONSTRAÇÃO DO RETORNO DOS IMPOSTOS A CIDADE

De acordo com o artigo 158 da Constituição Federal, 25% de toda a arrecadação dos estados como Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), após as devidas destinações constitucionais (ex.: FUNDEB), pertence aos municípios. O Índice de Participação dos Municípios (IPM) é o indicador utilizado para a distribuição destes recursos aos 497 municípios gaúchos, determinando a quota-parte de cada município sobre as receitas do ICMS. Sua apuração é atribuição da Receita Estadual, por meio da Divisão de Promoção e Educação Tributária (DPET). (Rs.gov.br)

O Valor Adicionado Fiscal (VAF) - considerado para efeito do cálculo do IPM – é resultado do movimento econômico (diferença entre saídas e entradas no âmbito do ICMS) do município. Por possuir maior peso no cálculo, oscilações dessa variável repercutem sobremaneira no IPM.

Para obter o VAF da empresa o cálculo foi baseado nas entradas e saídas de ICMS, levando em consideração os CFOPs e seus valores, conforme manual AIM. Os valores utilizados para o cálculo foram: Base de Cálculo + Isentas + Outras - Excluídas. Este processo foi realizado para Entradas e Saídas, a diferença entre elas gerou o VAF. Deste valor encontrado estima-se que 2,5% retorna em Valor para o Município. No Quadro 8 está evidenciado o VAF da empresa.

Quadro 8 – VAF empresa

(continua)

CÁLCULO DO VAF – ENTRADAS						
CFOP	Valor contábil	Base de cálculo	Isentas	Outras	Excluídas	VAF Entradas
1.101	216.474.642,95	189.264.890,35	4.167.899,06	7.531.401,94		200.964.191,35
1.102	533.889,40	67.029,50	12.570,00	451.297,10		530.896,60
1.116				2.320,00		2.320,00
1.118	1.678,00		1.278,00	20.400,00		21.678,00
1.122	828.164,85	720.438,95				720.438,95
1.124	4.283.025,72			4.283.025,91		4.283.025,91
1.151	6.675.926,62			6.675.926,62		6.675.926,62
1.152	635.051.036,00			635.051.036,00		635.051.036,00
1.201	340.037,77	298.080,51		10.773,66		308.854,17
1.202	2.844,45	2.576,26		-		2.576,26
1.252	19.726.386,87	19.533.931,64	107.974,30	84.480,93		19.726.386,87
1.302	865.288,16	81.371,44	619.599,27	164.317,45		865.288,16
1.351	778.232,71		622.786,16	155.446,55		778.232,71
1.352	35.274.448,26	17.466,42	35.179.387,25	77.594,60		35.274.448,27
1.401	935.277,34			907.325,70		907.325,70
1.403	37.566,32			35.460,00		35.460,00
1.406	390.488,53				400.092,74	-400.092,74
1.407	3.478.000,73				3.478.005,68	-3.478.005,68

CFOP	Valor contábil	Base de cálculo	Isentas	Outras	Excluídas	VAF Entradas
1.410	65.582,57	58.275,49	958,67			59.234,16
1.411	423,50	360,10				360,10
1.551	8.463.459,30				8.968.824,94	-8.968.824,94
1.555	466.000,00				466.000,00	-466.000,00
1.556	23.668.353,33				23.811.662,39	-23.811.662,39
1.557	21.460.826,89				21.460.826,89	-21.460.826,89
1.603	4.935,08					
1.604						
1.653	12.653.607,53	10.209.205,78		2.444.401,83		12.653.607,61
1.901	3.383.302,31				3.383.302,31	-3.383.302,31
1.902	30.635.535,00				30.601.702,07	-30.601.702,07
1.903	128.620,86				128.620,86	-128.620,86
1.908	4.875,82				4.875,82	-4.875,82
1.909	1.497,07				1.497,07	-1.497,07
1.910	8.985,13		63,92	8.470,47	-	8.534,39
1.911	3.442,25				3.418,95	-3.418,95
1.912	195.822,86				195.490,56	-195.490,56
1.913	2.913,06				3.013,06	-3.013,06
1.914	88.821,51		88.821,51		-	88.821,51
1.915	10.934.160,39				10.934.160,37	-10.934.160,37

CFOP	Valor contábil	Base de cálculo	Isentas	Outras	Excluídas	VAF Entradas
1.916	11.673.613,60				11.673.613,60	-11.673.613,60
1.920	1.106.081,80				1.106.081,80	-1.106.081,80
1.921	555.315,40				555.315,40	-555.315,40
1.922	1.132.510,02				-	-
1.923	380.705,30				380.705,30	-380.705,30
1.925	2.440.834,16				2.440.834,17	-2.440.834,17
1.932	3.000,00		3.000,00		-	3.000,00
1.933	81.960,99				81.961,00	-81.961,00
1.949	6.305.478,47					
2.101	180.966.359,43	171.497.620,92	2.326,20	284.489,36		171.784.436,48
2.102	66.202,72	9.150,00		57.052,72		66.202,72
2.118	391.785,37	34.010,00	-	357.775,37	-	391.785,37
2.120	1.020.533,36	971.936,53				971.936,53
2.122	32.935,17	30.395,40				30.395,40
2.124	306.857,16	242.817,69		61.932,00		304.749,69
2.201	8.205.662,64	7.438.174,97	10.341,33	1.952,43		7.450.468,73
2.202	1.691,12	1.555,34				1.555,34
2.203	209.297,15		205.684,90	3.612,27		209.297,17
2.302	3.216.888,61		3.216.888,61			3.216.888,61
2.352	11.204.595,53	3.859.028,81	6.692.801,28	652.765,43		11.204.595,52

CFOP	Valor contábil	Base de cálculo	Isentas	Outras	Excluídas	VAF Entradas
2.401	75.954,06		55.858,00	6.692,00		62.550,00
2.406	1.685.239,62				1.522.692,15	-1.522.692,15
2.407	4.742.600,28				4.216.497,46	-4.216.497,46
2.410	58.874,80	42.928,64	4.363,71	357,76		47.650,11
2.411	22.480,98	17.461,01				17.461,01
2.551	15.041.792,14				16.020.785,53	-16.020.785,53
2.554	2.000,00				2.000,00	-2.000,00
2.555	232.120,22				232.120,22	-232.120,22
2.556	12.532.475,54				12.531.525,76	-12.531.525,76
2.603	159,32					
2.653	271.132,20	22.873,40	119.917,47	91.029,57		233.820,44
2.902	1.390.361,40				1.390.361,40	-1.390.361,40
2.903	102.389,00				102.389,00	-102.389,00
2.908	540.095,79				540.095,79	-540.095,79
2.909	126.698,66				126.698,66	-126.698,66
2.910	16.554,67		139,71	16.273,15	-	16.412,86
2.911	46.943,00				46.530,15	-46.530,15
2.912	237.698,06				236.950,94	-236.950,94
2.913	17.908,07				17.869,87	-17.869,87
2.915	357.504,06				357.484,51	-357.484,51

CFOP	Valor contábil	Base de cálculo	Isentas	Outras	Excluídas	VAF Entradas
2.916	5.309.859,35				5.309.834,35	-5.309.834,35
2.920	344.859,50				344.859,50	-344.859,50
2.921	71.730,00				71.730,00	-71.730,00
2.922	561.557,20					
2.923	989.492,52				989.492,52	-989.492,52
2.925	72.778,34				72.778,34	-72.778,34
2.932	12.952,15		3.233,72	9.718,43		12.952,15
2.933	43.337,03				43.337,03	-43.337,03
2.949	8.456.544,48					
3.101	213.144.438,78			213.144.439,96		213.144.439,96
3.102	1.622.284,31			1.622.284,31		1.622.284,31
3.127	63.814.841,34		63.814.841,34			63.814.841,34
3.201	4.301.421,48		4.060.967,06	164.300,29		4.225.267,35
3.202	1.248,20		1.244,11			1.244,11
3.551	30.179.268,00				28.119.079,11	-28.119.079,11
3.556	7.754.845,71				7.754.845,71	-7.754.845,71
3.949	722.792,72					
TOTAL						1.197.662.915,56

CÁLCULO DO VAF - SAÍDAS						
CFOP	Valor contábil	Base de cálculo	Isentas	Outras	Excluídas	VAF Saídas
5.101	96.233.473,30	81.747.753,80	44,28	6.210.505,60		87.958.303,68
5.102	232.778,61	196.998,75	28.653,60	2.450,20		228.102,55
5.118	26.740,04	26.740,04				26.740,04
5.122	785.020,10	719.770,40				719.770,40
5.124	288.117,04			261.924,56		261.924,56
5.151	183.940.199,16	3,00		183.940.196,16		183.940.199,16
5.152	133.687.192,25			133.687.192,25		133.687.192,25
5.201	575.705,99	496.470,26		48.146,53		544.616,79
5.206	41.614,87		41.614,87			41.614,87
5.252	453.069,89			453.069,89		453.069,89
5.401	9.786.839,65	7.582.360,99	716.776,21			8.299.137,20
5.403	490.710,19	428.034,23				428.034,23
5.405	285,00			285,00		285,00
5.413	21.932,13					
5.551	28.150,00					
5.555	626.000,00					
5.556	30.218,23					
5.557	60.901.620,10					
5.901	29.648.689,40					

CFOP	Valor contábil	Base de cálculo	Isentas	Outras	Excluídas	VAF Saídas
5.902	3.108.750,10					
5.905	67.132,18					
5.908	339.265,22					
5.910	1.085.408,73	759.712,86	144.608,03	176.000,00		1.080.320,89
5.911	331.125,87					
5.912	101.356,69					
5.913	206.842,73					
5.914	90.949,75		90.949,75			90.949,75
5.915	10.586.592,83					
5.916	10.197.255,46					
5.920	577.110,00					
5.921	1.150.362,68					
5.923	5.071,74					
5.924	1.052.784,93					
5.949	2.231.550,28					
6.101	854.091.879,03	767.612.116,22	10.708.999,82			778.321.116,04
6.102	882.625,42	832.221,75				832.221,75
6.107	3.083.999,71	3.081.563,49	2.436,22			3.083.999,71
6.108	7.051,69	7.051,69				7.051,69
6.109	15.514.364,31	31.721,52	15.364.039,80			15.395.761,32

CFOP	Valor contábil	Base de cálculo	Isentas	Outras	Excluídas	VAF Saídas
6.110	109.473,40	9.129,57				9.129,57
6.118	800.668,81	730.911,44				730.911,44
6.119	1.377,60	1.275,56				1.275,56
6.120	499.487,50	495.470,21				495.470,21
6.201	1.481.818,72	1.385.125,84		1.188,45		1.386.314,29
6.206	6.689,15	6.689,15				6.689,15
6.401	28.369.054,71	20.960.454,95	1.213.660,51			22.174.115,46
6.403	949.148,14	711.794,81				711.794,81
6.413	16.802,26					
6.551	63.196,47					
6.553	53.345,20					
6.554	2.970,00					
6.555	238.120,22					
6.556	36.091,82					
6.603	0,00					
6.901	1.568.986,84					
6.908	432.158,54					
6.910	1.655.186,43	1.448.782,58	87.537,89			1.536.320,47
6.911	153.589,94					
6.912	224.903,46					

CFOP	Valor contábil	Base de cálculo	Isentas	Outras	Excluídas	VAF Saídas
6.913	152.726,54					
6.915	5.312.299,06					
6.916	297.762,41					
6.920	88.509,00					
6.921	363.482,50					
6.923	822.063,74					
6.949	1.656.974,85					
7.101	116.792.702,51		116.792.702,51			116.792.702,51
7.102	1.006.674,57		1.006.674,57			1.006.674,57
7.127	337.655.230,39		337.655.230,39			337.655.230,39
7.949	978.809,52					
TOTAL						1.697.907.040,20
APURAÇÃO DO VAF 2018						500.244.124,64
VALOR DO VAF DO MUNICÍPIO DE CARLOS BARBOSA EM 2018						2.053.544.081,48
RETORNO ESTIMADO DE ICMS PARA O MUNICÍPIO PELO VAF (2,5% do VAF da Empresa)						12.506.103,12

Fonte: Elaborado pela autora, com base nos dados da empresa (2019).

Sendo assim, considerando a participação do valor de ICMS recolhido pela empresa em 2018 que foi de R\$ 500.244.124,64, indica-se que 2,5% do VAF que foi de R\$ 12.506.103,12 é participação direta da empresa estudo de caso.

Pode-se afirmar que o ICMS gerado pela empresa, é sim fator social de retorno ao município e tem fator preponderante na sustentabilidade e progresso da região.

4.7 CONSIDERAÇÕES E SUGESTÕES DO ESTUDO DE CASO

Após o desenvolvimento do estudo de caso, serão apresentadas algumas considerações referentes aos resultados, pontos relevantes que cabem ser comentados, bem como sugestões para a empresa estudo de caso.

4.7.1 Considerações

Com relação a importância do tema, a empresa objeto de estudo demonstra preocupação com os aspectos ambientais e sociais. Porém, os documentos que elabora para divulgação destas informações não são amplamente divulgados, sendo alguns de conhecimento interno.

Com relação a elaboração do balanço social e o relatório de sustentabilidade, atualmente a empresa objeto de estudo elabora, juntamente com as demais unidades fabris do grupo, documentos que trazem assuntos relacionados aos fatores econômicos, sociais e ambientais. Estes documentos são elaborados separadamente e ainda tem a questão da divulgação interna, sendo que os *stakeholders* externos não terão acesso a estas informações.

Com relação a geração e distribuição de riqueza e demonstração do retorno dos impostos a cidade, a DVA, juntamente com os dados obtidos através do IPM, permitiu verificar a contribuição da empresa no desenvolvimento da região.

4.7.2 Sugestões

Com relação a importância do tema, em um momento onde tanto se discute sobre as questões ambientais e sociais, é essencial que as organizações utilizem ferramentas que demonstrem a sua responsabilidade social, e que possibilitem que

os públicos avaliem estas atividades. Assim, sugere-se que a empresa implante o balanço social e relatório de sustentabilidade com base no estudo realizado.

Com relação a elaboração do Balanço Social e o Relatório de Sustentabilidade, diante das informações, sugere-se que a empresa objeto de estudo elabore o balanço social e relatório de sustentabilidade separadamente para cada unidade fabril, sendo possível avaliar o desempenho destas separadamente. No relatório de sustentabilidade será possível abordar todos os indicadores, seguindo diretrizes e um padrão que as demais empresas no mercado já utilizam, podendo servir de comparativo com os concorrentes. Além disso, os atuais documentos elaborados não apresentam alguns dados que o relatório de sustentabilidade evidencia. Como a empresa já possui um sistema integrado, a obtenção destes dados poderá ser feita facilmente. Para isso, seria necessário o uso de filtros ou a criação de um programa dentro do sistema que possibilite a obtenção destes dados de forma automático, não manualmente, como é feita atualmente.

Com relação a geração e distribuição de riqueza e demonstração do retorno dos impostos a cidade, é sugerido que este demonstrativo seja evidenciado no relatório de sustentabilidade, possibilitando demonstrar quanto a empresa contribui para o desenvolvimento da região.

5 CONCLUSÃO

É de conhecimento que para as empresas sobreviverem, estas precisam gerar lucros. Porém, esta busca por lucros está causando um uso desenfreado dos recursos, causando problemas de escassez. A sociedade atenta a isso, passa a exigir das empresas um posicionamento social, o que tem sido facilitado pelo acesso a informações. Desta forma, a evidenciação da responsabilidade social, tema proposto neste estudo, vem de encontro a este momento que estamos vivendo.

O problema proposto no início deste trabalho foi respondido através da elaboração do balanço social e relatório de sustentabilidade. A partir destes demonstrativos, o público de interesse, poderá verificar os investimentos em ações sociais desenvolvidas, seja internamente aos funcionários e acionistas, como externamente a sociedade e meio ambiente, destacando a importância no desenvolvimento da região e cumprimento do seu papel de responsabilidade social.

Com relação as hipóteses, foram apresentadas três hipóteses relacionadas com o problema deste estudo, as quais apresentam-se verdadeiras. H1 é verdade, pois as referências bibliográficas possibilitaram o entendimento de que ao divulgar as ações de contribuição e responsabilidade social para os mais diversos públicos, estas passam a ser reconhecidas como socialmente responsáveis. Entendendo-se desta forma, que ao não divulgar, as empresas não serão reconhecidas. H2 se apresentou verdade, pois através do levantamento documental da empresa e do desenvolvimento do balanço social e relatório de sustentabilidade, foi possível constatar que os investimentos da empresa em ações de contribuição e responsabilidade social são determinantes no desenvolvimento social da região. H3 é verdade, pois a pesquisa bibliográfica possibilitou o entendimento de que as ações filantrópicas são meras doações esporádicas, que estão inseridas na responsabilidade social, mas que sozinhas não representam a responsabilidade social. Assim, empresas que praticam somente doações esporádicas não estão de fato cumprindo com sua responsabilidade social.

O trabalho apresentou um estudo bibliográfico da definição da responsabilidade social, a função social da contabilidade com relação a evidenciação desta e abordou o balanço social e relatório de sustentabilidade. Tendo como objetivo geral o de verificar de que forma o balanço social e o relatório de sustentabilidade

podem evidenciar as ações de contribuição e responsabilidade social desenvolvidas por uma indústria metalúrgica da Serra Gaúcha.

O objetivo proposto foi atingido, e para se chegar ao referido resultado, foi necessária a pesquisa bibliográfica acerca do tema e o levantamento documental da empresa objeto de estudo. A partir destes dados foram elaborados o balanço social e relatório de sustentabilidade, tomando como ano-base 2018, sendo que o balanço social foi elaborado com base no modelo IBASE e o relatório de sustentabilidade no modelo GRI *Standards*.

Afirma-se que os objetivos específicos desta pesquisa, também foram alcançados. Através da pesquisa bibliográfica foi possível identificar os pontos mais importantes para o estudo, como a definição da responsabilidade social, importante para constatar se a empresa objeto de estudo desenvolve a responsabilidade social. Conceito e forma de elaboração do relatório de sustentabilidade e balanço social, importantes para o desenvolvimento e aplicação do estudo caso, sendo que a elaboração do estudo de caso foi possível com a utilização destes conceitos encontrados no referencial teórico.

A crescente busca por soluções mais sustentáveis fará com que o tema responsabilidade social se difunda cada vez mais nas organizações. Além disso, são diversos os enfoques que podem ser abordados dentro do assunto responsabilidade social, exigindo assim cada vez mais estudos.

Por fim, o desenvolvimento deste trabalho possibilitou agregar conhecimento pessoal e profissional, sendo possível compreender a função social do contador dentro deste contexto. Para a empresa, o estudo de caso auxiliará na implantação do balanço social e relatório de sustentabilidade, com base nos modelos mais utilizados pelas empresas. Para os *stakeholders*, possibilitará a análise das atividades da empresa, avaliando as informações de seu interesse.

REFERÊNCIAS

- ANTONOVZ, Tatiane. **Contabilidade Ambiental**. Curitiba: InterSaberes, 2014.
- APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia científica**. São Paulo: Cengage Learning Edições Ltda, 2016.
- BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.
- CARVALHO, Maria Cecília M. de. **Construindo o Saber: técnicas de metodologia científica**, 2. ed. Campinas, São Paulo, 1989.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.
- ELY, Simone; PEDERSEN, Mario Alex. **Um estudo quanto à aplicação da contabilidade ambiental para a evidenciação da sustentabilidade ambiental**. Revista Brasileira de Contabilidade. 6. ed. Brasília: CFC, 2015.
- FERREIRA, Aracéli Cristina de Sousa; SIQUEIRA, José Ricardo Maia de; GOMES, Mônica Zaidan. **Contabilidade ambiental e relatórios sociais**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- FERREIRA, Luiz Felipe; TRÊS, Lucimara D.; GARCIA, Gisele Eliete; JUNIOR, Francisco J. B.; FERREIRA, Denize D. M. **Indicadores de Sustentabilidade Empresarial: uma comparação entre os indicadores do balanço social IBASE e relatório de sustentabilidade segundo as diretrizes da global reporting initiative GRI**. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/>>. Acesso em: 21 ago. 2019.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). **O que é GRI? Entenda tudo!** 2017. Disponível em: <https://cebds.org/blog/o-que-e-gri/#.XQDPPP5v_cd>. Acesso em: 08 jun. 2019.
- IBASE. **Balanço Social**. Disponível em: <<https://ibase.br/pt/balanco-social/>>. Acesso em: 6 abr. 2019.
- INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis**. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/conteudo/indicadores/#.XQEFFv5v_cc>. Acesso em: 08 maio 2019.
- IUDICIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. FARIA, Ana Cristina de. **Introdução à teoria da contabilidade: para graduação**. 6. ed. [2. Reimpr.]. São Paulo: Atlas, 2018.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 6. ed. Atlas, 2011.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**: projetos de pesquisa / pesquisa bibliográfica/ teses de doutorado, dissertações de mestrado, trabalhos de conclusão de curso/. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARION, José Carlos; SANTOS, Ana Carolina Marion. **Contabilidade básica**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MARTINS, Pablo Luiz; FREITAS, Celina; MOREIRA, Gustavo; DÂNGELO, Lizia; DIAS, Valdiléia. **A responsabilidade social aplicada na contabilidade**. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/30322459.pdf>>. Acesso em: 14 agosto 2019.

MARTOS, Frederico Thales de Araújo. **Responsabilidade social e Sustentabilidade**: os novos desafios da empresa moderna. Franca: Editora Lemos & Crus, 2015.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Geral**. Curitiba: InterSaberes, 2016.

PORTAL DA CONTABILIDADE. **Demonstração do Valor Adicionado - DVA**. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/demonstracaodovalor.htm>> Acesso em: 9 nov. 2019.

REIS, Luciano Gomes dos. **A Contabilidade e a responsabilidade social nas organizações**. Disponível em: <https://www.crcpr.org.br/new/content/publicacao/revista/revista137/a_contabilidade.htm>. Acesso em: 12 ago. 2019.

RIBEIRO, Maisa de Souza. **Contabilidade Ambiental**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

ROKEMBACH, Rogério (Coord.) et al. **Demonstração da responsabilidade social**. Porto Alegre: CRC, 2009.

RS.GOV. **Fazenda divulga índices definitivos de ICMS dos municípios para 2019**. Disponível em: <<https://estado.rs.gov.br/fazenda-divulga-indices-definitivos-de-icms-dos-municipios-para-2019>>. Acesso em: 30 out. 2019.

SANTOS, Cleônimo dos. **Contabilidade Fundamental**. 2. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2019.

SAPORITO, Antonio. **Contabilidade geral**: fundamentos e prática do raciocínio contábil. Curitiba: InterSaberes, 2017.

SGS. **Verificação dos Relatórios de Sustentabilidade (GRI)**. 2019. Disponível em: <<https://sgssustentabilidade.com.br/>>. Acesso em: 24 ago. 2019.

SLOMP, Tanise Saciloto. **Evidenciação da responsabilidade social pelas empresas do segmento de carnes e derivados listadas na bm&fbovespa/b3**. 2017. 56 f. Dissertação (Graduação) – Universidade de Caxias do Sul, Curso de Ciências Contábeis, 2017.

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

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: os paradigmas do novo contexto empresarial**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social e relatório da sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2010.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio; KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade e gestão ambiental**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

VELLANI, Cassio Luiz. **Contabilidade e responsabilidade social integrando desempenho econômico, social e ecológico**. São Paulo: Atlas, 2011.