



**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO – NPGE
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO “LATO SENSU”
MBA EM FINANÇAS CORPORATIVAS**

**ELEISON AMÉRICO VASCONCELOS
MARIA ELIZABETH DOS S. SOUSA**

**A IMPORTÂNCIA DO BALANÇO SOCIAL NA GERAÇÃO DE
VALOR PARA AS ORGANIZAÇÕES: Um Estudo de Caso no
BANESE**

**ARACAJU – SE
2007**

**ELEISON AMÉRICO VASCONCELOS
MARIA ELIZABETH DOS S. SOUSA**

**A IMPORTÂNCIA DO BALANÇO SOCIAL NA GERAÇÃO DE
VALOR PARA AS ORGANIZAÇÕES: Um Estudo de Caso no
BANESE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Núcleo de Pós-graduação e Extensão da Faculdade
de Administração e Negócios de Sergipe como
exigência para obtenção do título de Especialista
em Finanças Corporativas.

Prof. Orientador : . MSc Vinicius Barbosa de
Melo.

**ARACAJU – SE
2007**

FICHA CATALOGRÁFICA

Vasconcelos, Eleison Américo

A Importância do Balanço Social na Geração de Valor para as Organizações: Um Estudo de Caso no BANESE / Eleison Américo Vasconcelos, Maria Elizabeth dos Santos Souza – 2007.
74f.

Monografia (especialização) – Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe, 2007.
Orientação: Prof. MSc Vinicius Barbosa de Melo.

1. Balanço social – BANESE I. Título

CDU 336.143.21

**ELEISON AMÉRICO VASCONCELOS
MARIA ELIZABETH DOS S. SOUSA**

**A IMPORTÂNCIA DO BALANÇO SOCIAL NA GERAÇÃO DE
VALOR PARA AS ORGANIZAÇÕES: Um Estudo de Caso no
BANESE**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Núcleo de Pós-graduação
e Extensão da Faculdade de
Administração e Negócios de Sergipe,
como exigência para obtenção do título
de Especialista em Finanças
Corporativas.

BANCA EXAMINADORA

1º Examinador

2º Examinador

3º Examinador

Aracaju, _____ de _____ de _____.

AGRADECIMENTOS

Deus por ter me concedido a vida e a oportunidade de começar e concluir um curso de pós-graduação.

À minha família pelo apoio, principalmente aos meus filhos, GABRIEL por compreender a minha ausência nos finais de semana que seria para ele e a JOÃO RAFAEL por ter me acompanhado no curso durante 9 meses (gestação). Amo muito vocês.

Ao Banese pelo apoio financeiro.

Aos professores que tanto me ajudaram.

Aos colegas de trabalho e de sala de aula e a todos que diretamente e indiretamente me apoiaram.

Um beijo no coração de cada um.

MARIA ELIZABETH DOS SANTOS SOUSA

RESUMO

A presente monografia apresenta a origem e conceituação e a importância do Balanço Social nas empresas, sobretudo no caso do Banese, observa-se que sua evolução em um nível global salientando os primeiros modelos que se destacaram como base para sua criação e a conscientização dos empresários sobre suas responsabilidades sociais. Dentro do Balanço social foi destacado a importância da governança corporativa, com intuito de demonstrar a importância dos acionistas no processo do Balanço Social. O objetivo do presente trabalho foi o de demonstrar que o Balanço Social e conseqüentemente a sua responsabilidade social ajudou no crescimento e na afirmação do Banese como um dos bancos estaduais que mais se desenvolveram e se mantiveram ao longo dos anos no Brasil. A metodologia utilizada no trabalho utilizou a pesquisa bibliográfica e documental, com a leitura sistemática de livros, documentos, pesquisa em meio digital com intuito de realizar um referencial teórico de acordo a proposição do problema inicial que concerne em avaliar a importância do balanço Social na geração de valor nas organizações. Como principais conclusões observou-se que a política social desenvolvida pelo Banco, aliada a suas ações administrativas, transformaram o Banese em um banco sólido, raridade entre as empresas de capital-misto, o banco dispõe de um caixa livre bastante confortável superior a R\$ 700 milhões, capitalizado, rentável e que possui uma imagem bastante positiva no Estado de Sergipe. Tem uma carteira de quase 300 mil clientes, R\$ 1,3 bilhão em Ativos, possui pouco mais R\$ 1,0 bilhão de depósito de clientes, tem uma carteira de crédito comercial superior a R\$ 300 milhões, o que lhe assegura uma receita confortável e baixo risco, vez a grande maioria desses créditos é consignado em folha de pagamento, notadamente dos servidores públicos estaduais e municipais.

Palavras-Chave: Acionistas, Ações Administrativas, Balanço Social, Governança Corporativa, Transformação.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Demonstração do Valor Adicionado – Modelo Fipecafi.....	35
QUADRO 2 - Exemplo de Estrutura Metodológica da Demonstração do Valor Adicionado.....	37
QUADRO 3 - Elementos e Indicadores Utilizados Pelas Empresas.....	39
QUADRO 4 – Modelo Ibase.....	41
QUADRO 5 – Benefícios para Funcionários do Banese em 2005.....	55

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 OCORRÊNCIA DA OUVIDORIA DO BANESE EM 2005.....62

GRÁFICO 2 OUVIDORIA – ENCAMINHADAS E RESOLVIDAS EM 2005.....62

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1 GOVERNANÇA CORPORATIVA.....	12
1.1 Conceito.....	12
1.2 Breve Histórico.....	13
1.3 A Tríade da Governança Corporativa.....	15
1.3.1 Transparência.....	16
1.3.2 Prestação de Contas (Accountability).....	17
1.3.3 Equidade (Fairness).....	18
2 BALANÇO SOCIAL.....	20
2.1 História do Balanço Social.....	20
2.2 Histórico do Balanço Social no Brasil.....	21
2.3 Conceito e Função do Balanço Social.....	22
2.4 Relatório dos Benefícios Sociais.....	29
2.5 Demonstração dos Gastos Realizados.....	32
2.6 Demonstração do Valor Adicionado.....	33
3. O BALANÇO SOCIAL E A GERAÇÃO DE VALOR NO BANESE.....	46
3.1 Histórico do BANESE – Banco do Estado de Sergipe.....	46
3.2 A Governança Corporativa no BANESE.....	47
3.3 Geração e Distribuição de Riqueza.....	49
3.4 Política de Diálogo e Participação.....	49
3.4.1 Participação nos Resultados.....	50
3.4.2 Desenvolvimento de Pessoal.....	50
3.4.3 Programa de Formação Profissional.....	51
3.4.4 Projeto Gestão Integrada e Desenvolvimento de Executivos.....	52
3.4.5 Plano de Treinamento e Desenvolvimento.....	52
3.4.6 Projeto de Incentivo à Formação Profissional.....	52
3.4.7 Projeto Ampliando a Capacidade de Aprendizagem.....	53
3.4.8 Projeto Investindo em Você.....	53
3.5 Política de Contratação e Perfil dos Colaboradores.....	53
3.5.1 Diversidade e Perfil dos Empregados.....	54
3.5.2 Benefícios.....	54
3.6 Programa de Qualidade de Vida do Banese.....	55
3.6.1 Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional – PCMSO.....	56
3.6.2 Promoção à Saúde – Palestras.....	57
3.6.3 Projeto Vida Banese.....	57
3.6.4 Projeto de Incentivo à Atividade Física/Corporal.....	58
3.6.5 Vacinação do Idoso.....	58
3.6.6 Programa de Prevenção e Acompanhamento de DORT – PPAD.....	58
3.6.7 Massoterapia.....	59
3.6.8 Odontologia do Trabalho.....	60

3.7 Atendimento aos Clientes do Banese.....	61
3.8 Política Social do Banese.....	65
3.8.1 Projeto Alimentação Fonte de Saúde.....	65
3.8.2 Projeto Cultivar.....	66
3.8.3 Investimentos Sociais.....	66
3.8.4 Publicações Literárias.....	67
3.8.5 Inclusão Digital.....	67
3.8.6 Apoio à Pesquisa e Extensão.....	67
3.8.7 Apoio ao Esporte.....	68
3.8.8 Junte Papel, Distribua Alegria.....	68
3.8.9 Cartucho Vazio, Enchente de Alegria.....	68
3.8.10 PET Reciclada, Alegria Renovada.....	69
3.8.11 Semana do Meio Ambiente.....	69

CONCLUSÃO.....	71
----------------	----

REFERÊNCIAS.....	74
------------------	----

INTRODUÇÃO

O Balanço social é um documento publicado anualmente reunindo um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas a seus empregados e à comunidade onde está inserida. Através dele, a empresa mostra o que faz pelos seus empregados, dependentes e pela população que recebe sua influência direta.

Diante da necessidade de as empresas dedicarem suas atenções não somente às normas técnicas e legais mas, também, de elaborarem um instrumento de informações voltadas para a sociedade e de preocupação com o meio ambiente.

O Balanço social não deve abranger somente a relação Banco/Cliente, ele deve se estender à comunidade, aos acionistas, para que a marca da empresa esteja ligada a ações positivas que promovam bem estar, lucro e qualidade de vida.

Dessa forma, este trabalho teve como objetivo demonstrar como estas atitudes ajudaram no crescimento e na afirmação do Banese como um dos bancos estaduais que mais se desenvolveram e se mantiveram ao longo dos anos.

A governança corporativa está englobada no Balanço Social do Banese, já que sua implantação está intrínseca à implantação dos novos sistemas, baseados no Código de Melhoria, com o objetivo de melhorar os resultados nas empresas brasileiras que, fornecendo maior satisfação e orgulho aos seus funcionários, deverá acarretar em maior eficiência, confiabilidade e precisão em suas metas.

Certamente as empresas que apresentarem projetos sociais e de governança corporativa terão um diferencial competitivo que deverá atrair os melhores e mais capacitados funcionários para seu quadro funcional, gerando um melhor produto final que a concorrência.

No tocante à metodologia utilizada no trabalho, observou-se a pesquisa bibliográfica e documental, com a leitura sistemática de livros, documentos, pesquisa em meio digital com intuito de realizar um referencial teórico de acordo a proposição do problema inicial que concerne em avaliar a importância do balanço Social na geração de valor nas organizações.

O trabalho foi dividido em três capítulos: No capítulo 1, foi abordado o embasamento teórico sobre o tema Governança Corporativa, tratando dos conceitos, do histórico e dos principais enfoques do tema. No capítulo 2, foi apresentado o Balanço Social, abordando os principais conceitos, a sua importância, as várias estrutura e modelos. No capítulo 3, apresentamos o Balanço Social e a geração de valor no banco Banese.

Os balanços sociais do Banese são utilizados para demonstrar as principais iniciativas de cunho social realizados pelo Banco ao longo do período de um ano, essas ações visam melhorar a qualidade vida tanto de clientes quanto de funcionários, além de aproximar o banco da comunidade que está inserido.

1 GOVERNANÇA CORPORATIVA

1.1 Conceito

Segundo o IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa) a Governança corporativa é o sistema pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas, envolvendo os relacionamentos entre acionistas/cotistas, Conselho de Administração, Diretoria, Auditoria Independente e Conselho Fiscal. As boas práticas de governança corporativa têm a finalidade de aumentar o valor da sociedade, contribuir para a sua perenidade e ainda otimizar o desempenho da empresa e facilitar o acesso ao capital.

A expressão é designada para abranger os assuntos relativos ao poder de controle e direção de uma empresa, bem como as diferentes formas e esferas de seu exercício e os diversos interesses que, de alguma forma, estão ligados à vida das sociedades comerciais.

O IBGC, em 1999, ao perceber o surgimento de algumas definições do paradigma, oficializou o seguinte conceito:

Governança Corporativa é o sistema que assegura aos sócios-proprietários o governo estratégico da empresa e a efetiva monitoração da diretoria executiva. A relação entre propriedade e gestão se dá através do conselho de administração, auditoria independente e o conselho fiscal, instrumentos fundamentais para o exercício do controle.

A boa Governança assegura aos sócios equidade, transparência, responsabilidade pelos resultados (accountability) e obediência às leis do país (compliance)... No passado recente, nas empresas privadas e familiares, os acionistas eram gestores, confundindo em sua pessoa propriedade e gestão. Com a profissionalização, a privatização, a globalização e o afastamento das famílias, a Governança Corporativa colocou o Conselho entre a Propriedade e a Gestão. (LODI, 2000, p.24).

1.2 Breve Histórico

Segundo Araújo (2006) o movimento de governança corporativa ganhou força durante os últimos dez anos em resposta a abusos de poder, fraudes e erros estratégicos, todos envolvendo valores significativos. Os abusos de poder mais frequentes são os de acionista controlador sobre minoritários, diretoria sobre acionista e administradores sobre terceiros. As fraudes são o uso de informação privilegiada em benefício próprio, o furto ou o desvio de fundos. Os erros estratégicos vêm de muito poder concentrado em uma só pessoa, normalmente o executivo principal, que escolhe um caminho errado e demora em corrigi-lo.

O movimento de governança corporativa inicialmente foi mais forte nos Estados Unidos e na Inglaterra, países que têm mercados de capitais avançados. O foco desse movimento recai sobre órgãos já existentes, como as Comissões de Valores Mobiliários, os Conselhos de Administração e as Auditorias Independentes. Como, normalmente, o elo mais fraco dessa cadeia é o Conselho de Administração, os esforços são direcionados para essa área. (LODI, 2000, p.33).

Investidores institucionais dos países de economia avançada como os Estados Unidos querem investir cada vez mais fora de seu mercado doméstico, devido à saturação dos mercados de capital nesses países. Mas os países emergentes que desejam atrair esses investimentos, concorrendo com outras nações, precisam adotar práticas para seduzir e proteger os investidores. A crise que afetou nos últimos dois anos a Rússia, os tigres asiáticos e o Brasil tornaram ainda mais aguda essa necessidade. Apesar dos excessos cometidos pelos fundos de hedge e pelos bancos de investimentos, países necessitados de capital precisam aceitar as normas de transparência contábil, probidade administrativa, prestação de contas, reformas econômicas e bancárias para atrair de novo os capitais que fugiram.

A resposta para esses problemas está na adoção dos Códigos de Melhores Práticas de Governança Corporativa. Esse último termo é uma novidade dos últimos cinco anos. A

Inglaterra editou sucessivamente três Códigos, criados por comissões lideradas pelos nomes que os documentos passaram a receber, ou seja: Cadbury, Greenbury e Hampel. Chama-se de Governança Corporativa o papel que os Conselhos de Administração passaram a exercer para maximizar o ganho dos acionistas e arbitrar os conflitos existentes entre os acionistas, administradores, auditores externos, minoritários, conselhos fiscais (no Brasil) e os stakeholders: empregados, fornecedores / credores, clientes e autoridades do mercado de capitais.

Governança Corporativa passou a ser o título de numerosos seminários, cursos universitários e publicações em todo o mundo, especialmente nos Estados Unidos e Inglaterra. O assunto passou a ser prioridade para a OECD - Comunidade Européia, Banco Mundial, FMI e outras instituições privadas que editaram os seus Códigos de Melhores Práticas e exigem o seu cumprimento pelos recebedores de seu dinheiro.

O IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa lançou o primeiro código brasileiro em conjunto com a BOVESPA em maio passado. O conteúdo desses códigos é comum em traçar recomendações para os Conselhos de Administração e para o uso de Auditorias Externas Independentes. Os investidores externos vêm na adoção desses códigos pelos países que recebem investimentos internacionais um início de garantia de probidade, transparência e respeito às leis, para valorizar o retorno do investimento dos acionistas. A recente notícia de desvios de verbas do FMI e do Banco Mundial da Rússia para bancos do Ocidente eleva ainda mais o cuidado com os créditos oferecidos a países em dificuldade financeira.

Conflitos entre acionistas e stakeholders, mal desempenho de presidentes executivos, auditorias usadas para homologar relatórios financeiros incorretos, conselhos dominados por figuras ligadas ao presidente, excesso de remuneração de diretorias aconteceram também no Brasil no caso de bancos. Fundos de pensão brasileiros que não

prestaram contas ou foram mal auditados produziram escândalos recentes em nosso país. A Governança Corporativa é uma idéia capital e de extrema atualidade. Sem a seriedade necessária nosso país dificilmente aumentará a sua credibilidade no cenário internacional.

1.3 A Tríade da Governança Corporativa

A empresa que opta pelas boas práticas de governança corporativa adota como linhas mestras: transparência, prestação de contas (accountability) e equidade. Para que essa tríade esteja presente em suas diretrizes de governo, é necessário que o Conselho de Administração, representantes dos proprietários do capital (acionistas ou cotistas), exerça seu papel na organização, que consiste especialmente em estratégias para a empresa eleger a Diretoria, fiscalizar e avaliar o desempenho da gestão e escolher a auditoria independente. No entanto, nem sempre as empresas contam com conselheiros qualificados para o cargo e que exerçam, de fato, sua função legal. Essa deficiência tem sido a raiz de grande parte dos problemas e fracassos nas empresas, na maioria das vezes decorrentes de abusos de poder (do acionista controlador sobre minoritários, da Diretoria sobre o acionista e dos administradores sobre terceiros), erros estratégicos (decorrentes de muito poder concentrado numa só pessoa, normalmente o executivo principal), ou fraudes (uso de informação privilegiada em benefício próprio, atuação em conflito de interesses).

Segundo Araújo (2006 apud Lodi, 2000) "a mudança é um processo que, além de penoso, é imposto de fora para dentro, e aqueles que estão na posição dominante, não a acatarão de bom grado. A Governança Corporativa também pode ser entendida como sendo o papel delineado para o Conselho de Administração, que o exerce visando melhorar o ganho dos acionistas, ao mesmo tempo em que arbitra os conflitos existentes entre estes e outros detentores de interesses. Visando a exata missão do Conselho de Administração, foram

introduzidas três palavras-chave: Equidade ou Fairness, Transparência ou Disclosure, Prestação de Contas ou Accountability".

Optar por práticas de Governança Corporativa é dizer que estará sendo adotada como norteadora no estabelecimento das estratégias e na sua posterior gestão, a Triade de Governança Corporativa proposta pelo IBGC, composta pela transparência, prestação de contas e a equidade. A tríade, então se apresenta ao mercado de ações avalizando a concepção de que respeito gera valor.

1.3.1 Transparência

"A transparência é um dos valores mais relevantes de uma boa governança corporativa de qualquer empresa e ela deve incluir, com certeza, a divulgação das práticas de governança corporativa ao mercado". Este procedimento, que já há alguns anos é praticada por muitas empresas nos Estados Unidos e na Europa, teve a WEB como pioneira no Brasil, seguida pela Perdigão. Essas empresas publicaram no começo deste ano, em seus relatórios de administração, capítulo específico sobre as práticas de Governança Corporativa adotadas, conta". Por outro lado, o uso da Internet na prática da transparência continua avançando. A Souza Cruz foi a primeira empresa brasileira de capital aberto a abandonar completamente a forma impressa de seus relatórios anuais da administração, utilizando-se apenas da rede mundial de computadores para divulgação de suas informações financeiras". (ARAÚJO, 2006).

A falta de transparência das empresas e sua conduta nem sempre correta em relação aos seus acionistas minoritários vêm sendo constantemente apontadas como origem para o mau funcionamento do mercado acionário.

A diretoria deve satisfazer a necessidade de informações dos usuários da contabilidade (proprietários, conselho de administração, conselho fiscal, auditores independentes e demais interessados (stakeholders)) e do público geral.

O paradigma cultivado largamente nas empresas era o do sigilo, não-transparência e de confiança mútua. Era reforçado pela forte presença do acionista controlador familiar, majoritário, gestor, cumulativamente. Com o surgimento, na década de 80, dos fundos de pensão e de investimentos aliados à Lei das S/A – 6.404/76 – que versa sobre a instituição e prática do conselho e, na década seguinte, com a presença de um forte mercado de investidores institucionais, inclusive internacionais, das privatizações e dos litígios decorrentes de condutas escusas de algumas empresas, afirmou, como parte de novo modelo – Governança Corporativa – a transparência.

1.3.2 Prestação de Contas (*Accountability*)

Os agentes da Governança Corporativa (executivo principal e diretoria, conselho de administração, conselho fiscal, auditoria independente) devem prestar contas de suas atividades a quem os elege ou escolheu.

Um dos compromissos assumidos pela empresa em relação a seus investidores é conceder as informações necessárias para avaliação sobre o seu valor patrimonial e de mercado. No caso brasileiro, a Bovespa, no segmento Novo Mercado, utiliza os mecanismos legais, como as informações trimestrais (ITRs) contendo as demonstrações financeiras do período em referência e as considerações pertinentes.

Outro mecanismo legal utilizado no Novo Mercado Bovespa são as Demonstrações Financeiras Padronizadas (DFPs) que contêm os dados do exercício anterior,

entregue ao mercado até março do ano seguinte. Agrega-se a esse relatório as demonstrações dos fluxos de caixa consolidados e as considerações pertinentes.

Alem das DFPs, as empresas disponibilizam as IANs – Informações Anuais – contendo as informações corporativas.

Para as companhias pertencentes ao Nível 2 do Novo Mercado Bovespa, as demonstrações financeiras têm que está aliadas com os padrões internacionais de contabilidade – US GAAP ou IASC GAAP – no intuito de ampliar a visibilidade, notoriamente, dos investidores estrangeiros.

1.3.3 Equidade (*Fairness*)

Definida pelo IBGC como "o relacionamento entre os agentes da governança corporativa e as diferentes classes de proprietários deve ser caracterizado pelo tratamento justo e equânime".

Reafirma Araújo (2000, p.52) que, "o funcionamento de um mercado de capitais depende de informação transparente das empresas". E que os acionistas têm o direito a essas informações, tempestivamente. É, portanto, dever do Conselho de Administração promover, por meio do seu porta-voz, o mercado acionário com informações verídicas. A postura fidedigna da empresa se transforma em valor. A Bovespa, no seu segmento Novo Mercado, destaca a importância dos controladores e administradores tornarem publicas as possíveis participações acionárias que detêm, uma vez que acessam a informações que a maioria dos acionistas desconhecem, gerando assim, um privilégio de conhecimento e, conseqüentemente, na tomada de decisão.

O enfoque ético da entidade, segundo a Bovespa, está no zelo redobrado na relação com os investidores, impostos às companhias abertas, que transcende os dispositivos

legais. Compõem este pacto de postura ética e imagem institucional, os administradores, pelo privilégio das informações, inclusive as comercializações dos valores mobiliários, e o compromisso de compartilhamento público imediato dos atos e fatos relevantes. Opção de investimento é do mercado – analista e investidores. Dar-se-á com base na postura, nos fatos e nas perspectivas da companhia.

2 BALANÇO SOCIAL

2.1 História do Balanço Social

Desde o início do século XX registram-se manifestações a favor deste tipo de comportamento. Contudo, foi somente a partir dos anos 60 nos Estados Unidos da América e no início da década de 70 na Europa - particularmente na França, Alemanha e Inglaterra - que a sociedade iniciou uma cobrança por maior responsabilidade social das empresas e consolidou-se a própria necessidade de divulgação dos chamados balanços ou relatórios sociais.

Na França, concebe-se inicialmente o Balanço Social como um método global de investigação social para o diagnóstico da 'saúde social' desta e planificação estratégica do futuro, sob proposta do 'Institut de l'Entrepise' em colaboração com uma equipe de investigadores dirigida por Alian Chevalier, mais tarde surge o relatório Sudreau, que deu origem, em 1977, à lei sobre Balanço Social. (CARVALHO apud KROETZ, 2000, p. 54)

Segundo TINOCO (apud SILVA, 2005), O Balanço Social foi instituído legalmente na França em 1977 pela Lei nº 77.769, de 12 de Julho de 1977 relativo ao balanço social das empresas, que foi posta em prática pela primeira vez em 1979, submetendo as empresas que possuíam 300 ou mais funcionários a publicá-lo. No entanto, desde a década de 60, a França elaborava o balanço social devido à grande mudança social e política que ocorria na época.

A idéia de responsabilidade social das empresas popularizou-se, nos anos 70, na Europa. E foi a partir desta idéia, que em 1971 a companhia alemã STEAG produziu uma espécie de relatório social, um balanço de suas atividades sociais. Porém, o que pode ser classificado como um marco na história dos balanços sociais, propriamente dito, aconteceu na

França em 72: foi o ano em que a empresa SINGER fez o, assim chamado, primeiro Balanço Social da história das empresas.

Na França, varias experiências consolidaram a necessidade de uma avaliação mais sistemática por parte das empresas no âmbito social. Até que em 12 de julho de 1977, foi aprovada a Lei nº 77.769 , que tornava obrigatória a realização de Balanços Sociais periódicos para todas as empresas com mais de 700 funcionários. Este número caiu posteriormente para 300 funcionários.

2.2 Histórico do Balanço Social no Brasil

No Brasil, esta mudança de mentalidade empresarial pode ser notada na "Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas" desde a sua publicação, em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil). Na década de 80, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) chegou a elaborar um modelo. Porém, só a partir do início dos anos 90 é que algumas empresas passaram a levar a sério esta questão e divulgar sistematicamente em balanços e relatórios sociais as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários.

Segundo KROETZ (2000, pg. 73), "No Brasil, são poucas as organizações que revelaram tais preocupações, apenas algumas dezenas prestam à sociedade conta de suas ações; é possível atribuir este pouco zelo ao desconhecimento da Demonstração do Balanço Social, ou, ainda, por ignorarem a responsabilidade social da entidade".

Desta forma, o Balanço Social da Nitrofertil, empresa estatal situada na Bahia, que foi realizado em 1984, é considerado o primeiro documento brasileiro do gênero, que carrega o nome de Balanço Social. No mesmo período, estava sendo realizado o BS – Balanço

Social do Sistema Telebrás, publicado em meados da década de 80. O do Banespa, realizado em 1992, compõe a lista das empresas precursoras em Balanço Social no Brasil.

Há muito se fala em responsabilidade social da empresa. E, de fato, pode-se observar que algumas empresas, aqui no Brasil, têm levado a sério suas relações com a comunidade, com o meio ambiente e com seu próprio corpo de funcionários. Até porque, nos últimos anos, essas relações tornaram-se uma questão de estratégia financeira e de sobrevivência empresarial. Isto sem falar é claro, do lado ético e humano que a responsabilidade social envolve, e por sua vez, pode desenvolver.

2.3 Conceito e Função do Balanço Social

A função principal do balanço social da empresa é tornar pública a responsabilidade social da empresa, ou seja, transparência para o público em geral, para os atentos consumidores e para os acionistas e investidores o que a empresa está fazendo na área social. Assim, para além das poucas linhas que algumas empresas dedicam nos seus balanços patrimoniais e dos luxuosos modelos próprios de balanço social que estão surgindo, é necessário um modelo único simples e objetivo. Este modelo vai servir para avaliar o próprio desempenho da empresa na área social ao longo dos anos, e também para comparar uma empresa com outra.

O Balanço Social é um instrumento amplo que engloba, além dos requisitos exigidos na proposição, outras medidas de desempenho profissional e produtivo, bem como o grau de comprometimento e satisfação dos funcionários, entre outros; dados esses qualitativos que serão alcançados mediante a utilização de técnicas de avaliação do desempenho e da satisfação dos recursos humanos. Na verdade, são práticas usuais para as entidades que tratam o empregado como parceiro e buscam elevados padrões de qualidade.(KROETZ, 2000, pg. 74).

Empresa que cumpre seu papel social atrai mais consumidores e está investindo na sociedade e no seu próprio futuro. E mais ainda, tem o direito, antes do dever, de dar publicidade às suas ações. Porém, esta propaganda será cada vez mais honesta e verdadeira, na justa medida em que utilizar parâmetros iguais e permitir comparações por parte dos consumidores, investidores e da sociedade em geral.

O objetivo principal de quem atua nesta área deve ser, obviamente, a diminuição da pobreza e das injustiças sociais, através da construção de uma cidadania empresarial. Ou seja, desenvolver uma sólida e profunda responsabilidade social nos empresários e nas empresas, na busca por um maior, melhor e mais justo desenvolvimento humano, social e ambiental.

A ampliação do número de empresas que publicam seu balanço social também neste modelo único deve ser o grande objetivo deste momento, e por isso, é preciso somar esforços. E cabe aqui ressaltar que se o custo de publicar um balanço social neste modelo simples é bem próximo a zero, esta decisão passa para esfera da vontade política e do nível de compromisso que cada empresa tem com a sociedade.

Algumas iniciativas de se lançar à idéia e à prática da realização do balanço social e de estímulo à responsabilidade social das empresas vêm acontecendo nos últimos anos. Porém, mais do que nunca, precisam continuar, ser ampliadas e incentivadas. Desta forma, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE vem colocando em foco este tema, por acreditar que a parceria entre empresas, governo e sociedade é fundamental para reduzir a pobreza e a injustiça social, promovendo um maior progresso e desenvolvimento social e humano.

Contudo, muito ainda precisa ser estudado, pesquisado, e realizado na prática para que esta idéia possa, de fato, gerar frutos concretos para toda sociedade.

Observa-se uma preocupação crescente das empresas em vincular sua imagem à noção de responsabilidade social. A nova postura da empresa cidadã baseada no resgate de princípios éticos e morais passou a ter natureza estratégica. Daí a importância da elaboração e divulgação do balanço social, instrumento valioso para medir o exercício da responsabilidade social nos empreendimentos.

O sistema de informação de dados nas Demonstrações Contábeis, apresentadas pelas empresas na última década, estão cada vez mais completos pelo fato da globalização da economia e, como a competitividade vem se acirrando com rapidez assustadora, cujos fatos que agregados a outros, fizeram com que as mesmas se empenhem na busca de novas ações, novas estratégias e dinâmicas que venham a favorecer a sua sobrevivência, em especial no que tange às mudanças que estão ocorrendo em todos os segmentos econômicos e sociais no mundo inteiro.

Diante deste quadro, cada vez mais complicado e competitivo, as empresas procuram obter vantagens que favoreçam a própria sobrevivência, através de práticas que as diferenciem, em especial no seu relacionamento com os funcionários e a comunidade, destacando-se das demais pelo fato de apresentarem claramente seu compromisso com o meio ambiente e com o social.

Com tal procedimento, muitas delas recebem do mercado a preferência de consumidores, fornecedores e investidores, que de certa forma são transformados em resultado rápido e efetivo, proporcionando-lhe crescimento com bases mais sólidas, induzindo-as a investir mais seriamente em treinamento em seu departamento de recursos humanos, desenvolver melhor planejamento estratégico e maiores investimentos em atividades sociais bem como na preservação do meio ambiente.

O investimento em treinamento dos funcionários, aliado ao aumento cultural, traz melhoria de conhecimento, que associado ao sistema produtivo, resulta em ganho na

produtividade, qualidade e em especial na competitividade, com repercussão imediata nos lucros. O conhecimento é um recurso ilimitado, visto que se aprimora à medida que se desenvolve, diferente de alguns recursos naturais básicos da sociedade industrial que estão se esgotando com o passar dos tempos e necessitam de muitos anos para se renovarem.

Uma das formas de tornar clara a responsabilidade social das empresas e merecerem a avaliação do mercado e dos consumidores, vem sendo a apresentação do Balanço Social, instrumento que atualmente é considerado mais adequado para que as empresas demonstrem publicamente o seu compromisso com o bem estar social de funcionários, familiares e da comunidade onde se encontra inserida e do meio ambiente.

O Balanço Social não é assunto novo em outros países, porém, no Brasil, somente a partir dos anos 80 passou-se a discutir este tema, embora timidamente, visto que não existiam e ainda não existem Leis específicas e nem modelo definido e adequado que atenda tanto às grandes quanto as pequenas empresas.

A sua aplicabilidade, apesar de discutido em várias partes do mundo, tem sido gradual, tendo como pioneiros: a Alemanha, Estados Unidos e a França.

No Brasil, apesar de ser mencionado a partir dos anos 80, somente nos anos 90, mediante campanha iniciada pelo Sociólogo BETINHO e pelo envolvimento do IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) e, pelo surgimento da questão da responsabilidade social das empresas, a nível global e em especial no Brasil, passou-se a defender a necessidade de sua apresentação juntamente com as demais Demonstrações Contábeis, por ocasião do encerramento do exercício financeiro e econômico.

A partir de 1997, o IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) lançou o primeiro modelo de Balanço Social, que foi adotado por outras entidades e órgãos públicos, servindo como base para o surgimento de propostas com a finalidade de criação de

uma legislação pertinente, mas, que ainda não foi implementada e tornada obrigatória a sua utilização, apesar de já tramitar na Câmara dos Deputados Projeto de Lei nesse sentido.

Fundamentando tal procedimento e considerando essencial a sua aplicação, o Estado do Rio Grande do Sul, editou e promulgou a Lei Nº 11.440/00, impondo a sua utilização nas repartições e Autarquias sob sua jurisdição. Com procedimentos semelhantes, já encontramos a obrigatoriedade em vários Municípios do território Nacional, tais como: Porto Alegre, São Paulo, Santo André, Uberlândia e João Pessoa, mas, além destas ainda podemos verificar pelas informações prestadas pelo IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), que no Brasil o número de empresas que estão publicando o Balanço Social, já ultrapassam 300.

O Balanço Social atualmente não tem definido um conceito que seja uniforme; cada estudioso o define segundo sua visão e passa a utilizá-la como caminho em seus estudos, porém os que mais se realçaram foram os seguintes:

- “Um documento publicado anualmente, reunindo um conjunto de informações sobre atividades desenvolvidas pela empresa, em promoção humana e social, dirigido a seus empregados e à comunidade em que está inserida”.
- “Função de apresentar informações relativas às ações/influências sociais e ambientais pertinentes às entidades, para auxiliar internamente no processo de controle, planejamento e tomada de decisão”.
- “O Balanço Social envolve adicionar valores para os diferentes públicos com quem ele se relaciona e gerencia os impactos provocados por suas estratégias”.

Desta forma, observa-se a amplitude que deve ter o Balanço Social, isso por depender de suas informações, uma série de usuários, como investidores, fornecedores, financiadores, consumidores e funcionários, além das autoridades encarregadas pelo meio ambiente da localidade, do Estado e do País.

Pelos conceitos apresentados, nota-se a importância da transparência das informações quando da publicação do Balanço Social, principalmente com relação à gestão da empresa e o quanto está realmente esta envolvida com a condição sócio-ambiental da região em que se localiza.

O engajamento de muitas empresas no sentido de apresentar o Balanço Social demonstra a importância da aplicação desses conceitos e já visualizam este instrumento, não apenas como uma demonstração dos investimentos direcionados no campo social, mas como uma fonte de gerenciamento do negócio.

O Balanço Social é um instrumento que deve mostrar claramente a política social praticada pela empresa e quais seus reflexos no patrimônio, além da colaboração na evolução do processo social, em especial com funcionários, seus familiares e na comunidade onde a empresa se encontra instalada.

Não existe ainda obrigatoriedade da apresentação do Balanço Social, mas, mesmo assim, muitas empresas o fazem, quer seja para demonstrar sua preocupação com o social ou como marketing, buscando credibilidade junto à comunidade econômica e financeira, tanto no âmbito nacional, bem como internacional.

O Balanço Social ou relatório social é um instrumento de transformação da sociedade e o importante é que a empresa tenha responsabilidade social, que não a faça meramente por ser obrigada; a obrigação seria um contra-senso, ou seja, seria dar maior importância ao instrumento do que à ação realizada em si.

Apesar da importância das demonstrações do Balanço Social, segundo estudiosos, é preciso ter cuidado na elaboração e na escolha dos indicadores, visto que os modelos adotados no Brasil tomam como base critérios copiados do estrangeiro, onde são observadas a relação que a empresa tem com o ambiente externo (meio ambiente e disposição final do produto) e interno (funcionários), consumidor e com a comunidade. Porém, deve-se observar que no Brasil existem Leis rigorosas que protegem os funcionários, o consumidor e o meio ambiente, se aplicadas ou não é outra questão, e desta forma, certas ações consideradas sociais, nada mais são que obrigações estipuladas pela Lei, ficando realmente como ação sócio-ambiental, o que a empresa faz para a comunidade e que deve ser destacada no Balanço Social.

Além das questões acima, existe ainda o agravamento de certas informações, se estas não forem elaboradas adequadamente, tornarem-se elementos justificativos de reclamações trabalhistas ou produzir avaliações constrangedoras para as empresas.

Algumas empresas, em especial as do 3º setor, apresentam já há muitos anos, suas ações sociais, por meio dos chamados relatórios sociais, ou por imposição de Lei, visto seu registro e atividade desenvolvida, quando lhe é obrigado apresentar como Relatório Circunstanciado as suas atividades sociais, porém, já existem empresas adotando métodos e modelos padrão, tais como: órgãos públicos, sendo que a maioria adota o modelo desenvolvido e apresentado pelo IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) ou o modelo criado pela empresa internacional "Global Reporting Initiative".

Os relatórios sociais são de certa forma mais simples, porém mais abrangentes na sua descrição e, a não ser nas empresas do 3º setor, são para circulação interna da empresa. No relatório são descritas as atividades nas quais a empresa investe durante o ano, no seu quadro de funcionários, familiares, com a comunidade e no meio ambiente, aproveitando para fazer marketing de si mesma e mostrando um histórico da empresa, bem como o ramo de

atividade em que atua, sendo a partir daí, descrito detalhadamente toda a ação sócio-ambiental desenvolvida pela mesma, destacando os valores despendidos com todo o envolvimento com o social, de forma clara e de fácil entendimento.

Como já citado, existem vários métodos e modelos de se apresentar a ação sócio-ambiental desenvolvida pela empresa, mas no momento podemos dizer que caminhamos para a unificação de modelos de Balanço Social, pois a regulamentação de um modelo padrão e único, simples e objetivo, vai permitir a utilização de parâmetros iguais e a comparação do desempenho das empresas por parte dos consumidores, investidores e a sociedade num todo.

Um modelo de Balanço Social deve ser composto de três partes importantes, cujos conteúdos informativos se completam e servem para dar conhecimento aos interessados, da abrangência e alcance de suas ações no campo sócio-ambiental. Este procedimento cria uma estrutura que facilita o entendimento de todos os níveis e questões básicas sobre as idéias que pretendemos tornar conhecidas do Balanço Social e, dentro do relatado anteriormente e pelos modelos estudados, devem ser as seguintes:

- Relatório dos benefícios sociais
- Demonstração dos gastos realizados
- Demonstração do valor adicionado.

2.4 Relatório dos Benefícios Sociais

O Relatório dos Benefícios Sociais realizados no exercício apresenta uma descrição das atividades e ações sócio-ambientais promovidas pela empresa. Cada atividade deverá ter descrito o objetivo, os resultados obtidos e, quando possível, o significado do

resultado para os beneficiados. O texto deve ser sucinto e enriquecido com dados estatísticos, gráficos ou outras ilustrações que auxiliem a avaliação do desempenho da empresa.

No que tange às relações com os empregados, devem ser informados dados relativos ao número de empregados existentes, faixas etárias, níveis de escolaridade, qualificação profissional, remuneração total, participação nos lucros, encargos sociais, programas de educação e desenvolvimento, despesas com alimentação, com a proteção à saúde de empregados e dependentes, com planos de complementação da aposentadoria e com outros tipos de benefícios que contribuem para a melhoria da qualidade de vida e de trabalho.

Quanto às relações com a sociedade, devem ser apresentados os custos com a implementação e com a operação de projetos de cunho social. Devem ainda informar, os montantes dos tributos recolhidos aos cofres públicos. No que diz respeito ao meio ambiente, devem ser registrados os benefícios e os custos dos programas ambientais implantados para mitigar ou compensar os impactos causados pelos empreendimentos da empresa. Relacionar os convênios de cooperação técnica com instituições de pesquisa e proteção do meio ambiente.

Deverá apresentar também um quadro na forma de sumário, contendo uma relação de Indicadores de Desempenho Sócio-Ambiental que deverá ser elaborado anualmente, de modo a possibilitar o acompanhamento e a avaliação dos resultados da empresa naquelas atividades. Este demonstrativo deveria seguir a estrutura abaixo:

DIMENSÃO EMPRESARIAL

- Principais realizações da empresa no ano em termos de expansão dos serviços prestados e da população beneficiada;

- Informar sobre a relação de seu produto no mercado e a contribuição dos investimentos no social para o melhor desempenho deste;
- Relacionar novas localidades que estejam sendo atendidas pela empresa e a população beneficiada.

RELACIONAMENTO COM OS EMPREGADOS

- Alimentação: Informar o valor médio mensal recebido por cada empregado em tickets-refeição.
- Encargos Sociais Compulsórios: Informar quanto representam, em média, do salário de cada empregado.
- Previdência Privada: Informar sobre os planos, e sobre o número de participantes entre ativos e aposentados; Informar outros eventuais benefícios que tenham sido prestados pela entidade, como, empréstimos pessoais, programas habitacionais, convênios com instituições médicas e hospitalares para os aposentados, outros.
- Saúde: Sumariar os principais benefícios possibilitados; Informar sobre os Exames Médicos Periódicos (exames preventivos) promovidos pela empresa anualmente.
- Educação: Informar sobre o Plano de Educação, abordando os principais campos / áreas de enfoque; Informar o dispêndio médio realizado por empregado e o tempo médio dedicado a educação e treinamento; Informar sobre as atividades no Desenvolvimento e Educação Empresarial; Informar sobre convênios e contratos com instituições e consultorias na área de educação e treinamento.
- Participação nos Lucros e Resultados: Informar quando for o caso
- Outros Benefícios: Informar sobre outros benefícios oferecidos aos empregados e seus dependentes, como o Seguro de Vida em Grupo; Apresentar indicadores relativos ao número de acidentes do trabalho, frequência e taxa de gravidade de acidente;

Apresentar a evolução da taxa de absenteísmo; divulgar as pesquisas sobre o Clima Organizacional informando os principais aspectos que afetam a motivação profissional dos empregados.

RELACIONAMENTO COM A SOCIEDADE

Tributos

- Discriminar os tributos pagos, os órgãos arrecadadores e os respectivos valores arrecadados, entre os Estados e a União.
- Contribuição para a Sociedade / Investimentos na Cidadania
- Números de empregos diretos e indiretos gerados pelos empreendimentos da empresa;
- Relacionar os convênios e outros atos praticados em benefício de instituições estaduais, municipais e órgãos não governamentais sem fins lucrativos, que contribuíram com benefícios para as populações da região.

Investimentos em Meio Ambiente

- Informar sobre as atividades de pesquisas e de proteção do patrimônio histórico e cultural;
- Informar sobre a situação do licenciamento ambiental dos empreendimentos

2.5 Demonstração dos Gastos Realizados

Para a Demonstração dos Dispendios Realizados seria adotado o modelo proposto pela CVM por sua simplicidade, clareza e abrangência dos itens de verificação. Além disto, por ser um modelo de referência que já vem sendo adotado pelas empresas, possibilita um maior alcance dos resultados apresentados junto ao público externo e à sociedade em geral.

A deficiência do modelo diz respeito à quantificação dos itens de verificação em termos de dispêndios anuais expressos em unidades monetárias. Embora seja uma forma de medição bastante objetiva, a quantificação em valores puramente monetários, como já citado, pode, muitas vezes, não expressar a real dimensão dos benefícios proporcionados e do seu significado para os beneficiários. É possível que pequenos dispêndios em determinadas ações possam contribuir para resultados de grande significado social; o inverso também pode ser verdadeiro. Por esta razão é que se torna necessária a primeira parte da proposta, correspondente ao Relato dos Benefícios Sociais realizados e a apresentação de outros Indicadores de Desempenho Social.

2.6 Demonstração do Valor Adicionado

A Demonstração do Valor Adicionado objetiva quantificar e divulgar o valor dos recursos adicionais gerados para a economia pela atividade da empresa e, como, e para quem, eles são distribuídos.

O Valor Adicionado constitui-se da receita de venda deduzida dos custos dos recursos adquiridos de terceiros, como matéria-prima, mercadorias para revenda, serviços, combustíveis, enfim, todos os insumos adquiridos de terceiros e consumidos durante o processo operacional. O resultado representa o que a empresa adiciona aos insumos/serviços adquiridos de terceiros para chegar ao seu produto/serviço final, que corresponde, portanto, à riqueza gerada. É o que se tem convencionado denominar Valor Adicionado Bruto.

Como a empresa utiliza-se também de instalações, máquinas, equipamentos e outros ativos com vida útil finita para a geração de riquezas, a depreciação, amortização ou exaustão desses ativos deve ser deduzida do valor adicionado bruto, conduzindo ao Valor Adicionado Líquido.

Há ainda que se considerar os resultados das aplicações financeiras no mercado, bem como os resultados de participações societárias em outras empresas. Assim, o Valor Adicionado Líquido, somado às receitas recebidas em transferência, demonstrará o total dos recursos distribuídos.

A Distribuição do Valor Adicionado reflete quem são os beneficiados com o desempenho da empresa, como: empregados, governo, terceiros, acionistas e retenções na empresa. Os benefícios estão representados na forma de remuneração do pessoal e encargos sociais; impostos, taxas e contribuições; juros sobre capitais de terceiros; dividendos; aluguéis; e retenções à título de depreciação, amortização e expansão.

A análise da distribuição do Valor Adicionado ajuda a compreender a contribuição da empresa para a sociedade e a identificar os seus principais beneficiários diretos. Deve ser salientado que as informações fornecidas pela Demonstração do Valor Adicionado são facilmente coletadas na Contabilidade, o que facilita a sua elaboração. Por meio da análise do valor adicionado podem ser feitas avaliações acerca da performance da empresa, tanto no seu contexto local, quanto a nível de desenvolvimento regional.

De posse deste tipo de informação, o Governo pode fazer uma boa gestão de seus recursos, avaliando melhor quais empresas "merecem" seus investimentos, já que este poderá saber quais as que estão gerando mais benefícios para a comunidade local.

Pode-se afirmar que a DVA - Demonstração do Valor Adicionado, não é um Balanço Social, nem o substitui. Ela é um instrumento que divulga quanto a atividade da empresa está gerando de riqueza para a economia local, as formas e que ela está fazendo isso e a distribuição destes recursos. Apesar de gerar diversos indicadores para a evidenciação da responsabilidade social, sua utilização deve ser conjunta à do Balanço Social.

A Fundação Instituto de Pesquisa Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI), um centro de pesquisa, estudo, ensino e assessoria nas áreas contábil, atuarial, financeira e de

controle gerencial, desenvolveu um modelo, visando que as empresas padronizem sua utilização, tornando assim possível o estabelecimento de comparações entre as demonstrações das diversas empresas.

Basicamente ele segue o que é proposto conceitualmente para essa demonstração, ou seja, ele é composto de entradas, que englobam as vendas de produtos e serviços, as receitas financeiras; de saídas, considerando as matérias-primas e bens de consumo e os serviços de terceiros e as destinações, com salários e encargos, impostos, juros, retenções, participações e lucros retidos. Este modelo está sendo apresentado no Quadro a seguir:

QUADRO 1- DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO – MODELO FIPECAFI

Demonstração do Valor Adicionado	Lei S.A.	Moeda Constante
1. Receitas		
1.1 Vendas de mercadorias, produtos e serviços		
1.2 Provisão para devedores duvidosos (reversão/constituição)		
1.3 Não operacionais		
2. Insumos adquiridos de terceiros (inclui os valores dos impostos ICMS e IPI)		
2.1. Matérias-primas consumidas		
2.2 Custo das mercadorias e serviços vendidos		
2.3. Materiais, energia, serviços de terceiros e outros		

...CONTINUAÇÃO DO QUADRO 1

2.4 Perda / recuperação de valores ativos	
3. Valor Adicionado Bruto (1-2)	
4. Retenções	
4.1 Depreciação, amortização e exaustão	
4. Valor Adicionado Líquido produzido pela entidade (3-4)	
6. Valor Adicionado recebido em transferência	
6.1 Resultado de equivalência patrimonial	
6.2 Receitas financeiras	
7. Valor Adicionado Líquido Total a Distribuir (5-6)	
8. Distribuição do Valor Adicionado	
8.1 Pessoal e encargos	
8.2 Impostos, taxas e contribuições	
8.3 Juros e Aluguéis	
8.4 Juros sobre capital próprio e dividendos	
8.5 Lucros retidos / prejuízo do exercício	

Fonte: KROETZ, 2000, Pág. 52

QUADRO 2- EXEMPLO DE ESTRUTURA METODOLÓGICA DA DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

GERAÇÃO DE RIQUEZA					
a) Geração de Valores Adicionado					
Receita de Serviço					
Receitas não Operacionais					
b) Custo dos insumos/Serviços					
Materiais					
Serviços de Terceiros e					
Outros					
c) Valor Adicionado Bruto (a-b)					
d) Depreciação					
e) Receitas Financeiras					
f) Valor Adicionado a Distribuir					
DISTRIBUIÇÃO DE RIQUEZA GERADA		X1	%	X2	%
a) Remuneração do Trabalho					
Salários e FGTS					
Benefícios (alimentação, saúde, outros)					
b) Remuneração do Governo					

...CONTINUAÇÃO DO QUADRO 2

Impostos/taxas/contribuições				
Previdência social e outros				
c) Capitais de Terceiros - juros				
d) Acionistas – Lucros retidos				

Fonte: KROETZ, 2000, Pág. 57

Segundo a Demonstração do Valor Adicionado, é possível perceber a contribuição econômica da entidade para cada segmento com quem ela se relaciona.

Na realidade, a Demonstração do Valor Adicionado apresenta a riqueza individualizada gerada pela entidade e se baseia em:

$$VA = Rp - Ra$$

VA – Valor adicional da entidade

Rp - Recursos Produzidos pela entidade

Ra - Recursos adquiridos de terceiros.

MODELO IBASE

O modelo de Balanço Social desenvolvido e proposto pelo IBASE Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas é, entre os que são usados no Brasil, o mais completo e complexo de todos, porém contempla mais indicadores dos demais modelos e até de certos relatórios sociais que são apresentados por algumas empresas. Apesar de ser mais complexo, ainda assim é o que as grandes empresas estão adotando, pois apresenta as vantagens de estimular as empresas a divulgarem suas ações sociais, independente do porte da mesma, passando aos interessados, indicadores expressos em valores quantitativos e qualitativos que são importantes, e desta forma deixam de ser unicamente uma peça de

marketing, mostrando realmente o que a empresa investiu nas ações sócio-ambientais e sinalizando os caminhos da política adotada a ser seguida nos exercícios seguintes.

MODELO GRI

É um modelo desenvolvido e proposto pela entidade internacional "GLOBAL REPORTING INITIATIVE" (GRI), que tem sede na Cidade de Boston, Estados Unidos, que adotou no Brasil o nome de, INICIATIVA GLOBAL PARA APRESENTAÇÃO DE RELATÓRIO, e tem como base a sustentabilidade, ou seja, onde haja harmonia entre aspectos econômicos, sociais e ambientais e visa transformar este relatório, ou Balanço Social, de forma a conferir credibilidade como nas Demonstrações Financeiras, em termos de comparabilidade.

Estas normas propostas pela GRI - GLOBAL REPORTING INITIATIVE, serviram de modelo para o primeiro guia de elaboração de relatório e balanço anual de responsabilidade social empresarial do Instituto Ethos de responsabilidade social lançado em 2005, e que tem como fundamento os quatro elementos inter-relacionados da: sustentabilidade, econômico, ambiental e social.

QUADRO 3 - ELEMENTOS E INDICADORES UTILIZADOS PELAS EMPRESAS

ECONÔMICO	Inclui, por exemplo, os gastos e benefícios, produtividade no trabalho, Criação de emprego, despesas em serviços externos, despesas em Investigações e desenvolvimento, investimentos em

...CONTINUAÇÃO DO QUADRO 3

	educação e Outras formas de capital humano. O aspecto econômico inclui, Embora não se limite só a ele, a informação financeira e respectivas Declarações.
AMBIENTAL	Inclui, por exemplo, impacto dos processos, produtos, serviços no ar, Água, solo, biodiversidade e saúde humana
SOCIAL	Inclui, por exemplo, a saúde e segurança ocupacional, estabilidade no emprego, direitos laborais, direitos humanos, salários e condições de trabalho nas relações externas.

Fonte: KROETZ, 2000, Pág. 60

MODELO DA LEI Nº 11.440/00

O modelo proposto pela Lei Nº 11.440/00 (Estado do Rio Grande do Sul) possui menos indicadores que o modelo IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, porém vem sendo melhorado com o passar do tempo e, de conformidade com novas exigências impostas aos seus usuários (órgãos públicos), podemos dizer, que pela sua simplicidade, vem facilitando a sua aplicação, pela coleta de indicadores de fácil assimilação, conquistando, desta forma, novos usuários entre as empresas e com isso estão assumindo responsabilidade social e tornam a elaboração do Balanço Social uma atividade permanente, independente do porte da empresa.

QUADRO 4 – MODELO IBASE

1- INDICAÇÃO DOS DADOS DA ENTIDADE		
Razão social: 1 - Endereço 2 - CNPJ 3 - Breve histórico 4 - Principais produtos 5 - Área de atuação 6 - Outros dados		
2 – INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL	2005	2006
2.1 –DADOS NÃO MONETÁRIOS 1 - Admissão no período 2 - Demissões no período 3 - Total de funcionários no final do período por faixa etária 4 - Portadores de necessidades especiais 5 - Aposentados 6 - Outros 7 - Acidentes de trabalho 8 - Multas trabalhistas 9 - Outros dados		

...CONTINUAÇÃO DO QUADRO 4

2.2 - DADOS MONETÁRIOS (GASTOS) 1 - Benefícios sociais 2 - Segurança e higiene no trabalho 3 - Capacitação profissional 4 - Participação no resultado 5 - Outros benefícios		
2.3 - DADOS DESCRITIVOS		
3. - INVESTIMENTOS EM CIDADANIA	2005	2006
3.1 - DADOS MONETÁRIOS 3.1.1 - TOTAL APLICADO EM AÇÕES SOCIAIS		
3.2 - DADOS DESCRITIVOS		
4. AÇÕES AMBIENTAIS	2005	2006
4.1 - DADOS MONETÁRIOS 4.1.1 - TOTAL DOS INVESTIMENTOS EM MEIO AMBIENTE		
4.2 - DADOS NÃO MONETÁRIOS 4.2.1 - MULTAS AMBIENTAIS		
4.3 - DADOS DESCRITIVOS		
5. - BASE DE CÁLCULO	2005	2006
5.1 - RECEITA LÍQUIDA		

5.2	—	RESULTADO		
		OPERACIONAL		
5.3	- FOLHA DE PAGAMENTO			

Fonte: KROETZ, 2000, Pág. 62

Deve-se salientar que em todos os modelos o início se caracteriza pela colocação de identificação da empresa, seus dados jurídicos, localização, área de atuação, vindo em seguida o preenchimento dos dados segundo a solicitação do formulário adotado, cujos dados são extraídos de valores da contabilidade e, no que se refere à abrangência sócio-ambiental, deve ser descrito com referência ao número de pessoas atingidas, ou fatos ambientais realizados, podendo ser seguidas de notas explicativas evidenciando detalhes que podem ser mensurados pela simples análise da demonstração.

No modelo proposto pelo IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas e pelo modelo criado pela Lei Nº 11.440/00, além dos dados fornecidos em valores e os descritivos de abrangência, os indicadores de desempenho em termos de como a empresa agrega valores, ou riqueza para a sociedade, transformados em empregos, tecnologia, capacitação humana, impostos, etc. A empresa, antes de definir os indicadores, deve ter claramente definida a sua responsabilidade sócio-ambiental, para então determinar quais os campos de atividades que serão avaliados e saber quais os indicadores a serem utilizados no Balanço Social.

Uma característica própria de um indicador é que seja mensurável, estar fora das possibilidades subjetivas e mantenha condição de regularidade e freqüência, possa ser comparado no tempo, relevante na tomada de decisões e de simples apuração dos seus resultados práticos.

O balanço social implica numa visão abrangente da empresa, modo novo de focalizar os objetivos organizacionais bem como as perspectivas tradicionais da função da empresa em relação à sociedade, facilitando a busca dos requisitos que formarão o Balanço Social. Se a empresa já possui alguns desses indicadores, o processo da elaboração do Balanço Social pode ser mais fácil e rápido, porém, mesmo assim, é preciso pôr em prática metodologia que venha a colaborar na elaboração do mesmo.

É primaz destacar que a empresa não deve desanimar diante dos primeiros obstáculos que surgirem para a elaboração e apresentação deste balanço, pois já é do conhecimento geral os benefícios que este traz para a imagem da empresa, a melhora da marca e interessados de maneira geral. Dentre os indicadores que mais são utilizados podemos destacar os seguintes:

Internamente

- Gastos relativos a empregados
- Alimentação
- Educação
- Saúde
- Previdência privada
- Outros benefícios
- Dados referente a empresa.
- Folha de pagamento
- Impostos, taxas e contribuições federais, estaduais e municipais.

Externamente

- Gastos com a sociedade
- Contribuições para a sociedade de uma forma geral
- Gastos com o meio ambiente.
- Investimento em meio ambiente de forma geral.

Basicamente estes são os indicadores mais utilizados na apresentação do Balanço Social, porém devemos ressaltar que tais dados devem ser buscados com muito zelo e veracidade, pois por estas ações a empresa está sendo avaliada para futuras tomadas de decisões e serve para demonstrar o quanto a mesma está realmente envolvida com o ambiente sócio-ambiental, quer seja interno ou externamente.

Dentro desta visão e por dados colhidos de interessados nas demonstrações do Balanço Social, podemos afirmar que o indicador nunca revela isoladamente o resultado desta ou daquela medida, porém associado a outros na forma de indicadores múltiplos será certamente uma estratégia. Em verdade, a importância do Balanço Social está em apresentar uma série de indicadores de várias áreas interligando-as para que se possa realizar um planejamento estratégico para a empresa.

3. O BALANÇO SOCIAL E A GERAÇÃO DE VALOR NO BANESE

Neste capítulo será realizado um resumo das ações sociais contidas no balanço social do Banese que vem promovendo toda uma reestruturação de seus processos com vistas à otimização dos seus resultados e melhoria contínua da sua gestão, bem como benefícios e a melhora da qualidade de vida tanto aos funcionários, quanto à comunidade sergipana.

3.1 Histórico do BANESE - Banco do Estado de Sergipe

O Banese nasce no ano de 1962 com a denominação de Banco de Fomento Econômico (BANFESE), no Governo de Luiz Garcia. Em 02 de janeiro de 1964, o Banco inicia as suas atividades, durante o Governo de Seixas Dória. Seu primeiro presidente foi o jornalista Orlando Dantas, que, no dia da inauguração, pronunciou discurso salientando o importante papel que deveria ser desempenhado pelo Banco de Fomento no desenvolvimento econômico de Sergipe, acrescentando que o Banco iria crescer e se tornar um dos mais importantes do Estado.

A adoção do nome Banese (Banco do Estado de Sergipe S/A), em 1967, acompanhou o processo de interiorização, com a inauguração das primeiras agências no interior do Estado, paralelamente às mudanças na estrutura organizacional do Banco. Na presidência de Manoel Conde Sobral (1964/1975), o Banco abriu agências em Itabaiana, Boquim, Lagarto, Estância, Nossa Senhora das Dores e Aquidabã. Nessa época, foi criada também a Caixa de Assistência dos Funcionários e a Associação Atlética Banese. A partir de então, o Banese foi expandindo a sua rede de atendimento por diversos bairros da capital e municípios do interior.

O ano de 1978 representou um marco na história do Banese, quando uma reestruturação administrativa elegeu como prioritário o desenvolvimento da área de Recursos Humanos, enfatizando a importância do treinamento e aperfeiçoamento do quadro de funcionários. Na mesma época, foram implementados os setores Financeiro, de Planejamento e de Sistemas e Métodos. Neste contexto, teve início o processo de informatização do Banco, com a instalação de seu Centro de Processamento de Dados (CPD).

Como produto natural de sua expansão, foram criados, nos anos oitenta, a BACISA (Banese Crédito Imobiliário/Poupança Banese), a Banese Corretora de Seguros, o SERGUS (Instituto Banese de Seguridade Social), a Carteira de Open Market e o Sistema de Conta Única do Governo Estadual.

Em 1991, o Banese tornou-se Banco Múltiplo, automatizou totalmente sua rede de Agências e, através da Rede Verde-Amarela, interligou-se a mais de 4.700 agências de bancos estaduais espalhados por todo território nacional.

Após 1994, quando a moeda do país foi estabilizada, o Banese, tal como aconteceu com outras instituições bancárias, perdeu importante fonte de renda e passou a enfrentar difícil fase financeira, tendo que racionalizar as suas despesas, reduzindo, inclusive, o seu quadro funcional.

Nas últimas gestões, já em nova fase, o Banese superou as dificuldades investindo fortemente na valorização dos seus colaboradores, em produtos e serviços bancários, na modernização da sua rede de atendimento, automação e tecnologia.

3.2 A Governança Corporativa no BANESE

As decisões do Banese são pautadas no planejamento estratégico, endossadas pelos Conselhos Fiscal e de Administração, formados por profissionais tecnicamente

habilitados e de notável respaldo na sociedade. Os membros do Conselho de Administração são eleitos anualmente, sendo garantida a representação dos funcionários e dos acionistas minoritários conforme estatuto social da companhia. As assembléias gerais são realizadas segundo versa a Lei das S/A. Internamente, existem comitês temáticos compostos por funcionários de todos os níveis gerenciais que dão suporte às decisões da Diretoria Executiva. Essa filosofia de decisões colegiadas e a utilização de comitês nas diversas instâncias decisórias garantem rapidez e eficiência, aliadas à qualidade e segurança dos processos decisórios.

No Banese mensalmente são realizados encontros, com todos os administradores da rede para revisão de resultados e apresentação das melhores práticas, e anualmente todos os funcionários são reunidos para apresentação dos resultados da companhia e consolidação do plano estratégico. Nas ações referentes ao desenvolvimento de Sergipe, o Banese, como banco público, procura atuar em consonância com o Planejamento Estratégico e com o Governo do Estado.

A comunicação com as partes interessadas é realizada através de diversos veículos, tanto os oficiais, através da política de divulgação de atos relevantes, como os locais, tais como: jornal informativo – “Minuto Banese”, distribuído para sindicatos, empregados e disponibilizados em toda a rede de agência para os clientes e sociedade; e-mail corporativo e página na Internet, onde também é divulgada a evolução dos seus resultados através dos balancetes mensais e relatórios anuais.

Em 2005 foi dada ênfase à disseminação e intensificação da cultura de controles internos e gestão de riscos junto ao corpo funcional, com a utilização de novas metodologias de análise, palestras educativas e treinamento para prevenção à lavagem de dinheiro. O Código de Ética, disponível através do *Compliance Information System* – CIS pela intranet a

todos os colaboradores, foi revisado e distribuído também em material impresso, tornando-se um fio condutor para as práticas da organização.

3.3 Geração e Distribuição de Riqueza

No ano de 2005 o Banese gerou uma riqueza de R\$ 120,9 milhões. Na distribuição de seus valores adicionados, quase 56% foram destinados ao seu capital humano, o que equivale a R\$ 67,5 milhões. Contando com 1063 funcionários, dos quais 938 em atividade, esses valores foram distribuídos em salários, benefícios e participação nos lucros, incentivando e oferecendo novas oportunidades de crescimento profissional e de melhoria de qualidade de vida. Os demais valores foram destinados aos Governos Federal e Municipal a título de impostos – 16,0% e Remuneração de Acionistas e outros – 28,0%.

Convém ressaltar que aproximadamente 83,0% dos valores adicionados são distribuídos no próprio Estado, significando um montante na ordem de R\$ 100,8 milhões, uma vez que o corpo funcional do Banese é todo domiciliado em Sergipe e aí aplicam suas economias, acrescentando-se o fato de que o maior acionista é o Governo do Estado e a remuneração recebida a título de juros sobre capital próprio e dividendos foi investida em ações de desenvolvimento social e infra-estrutura para o povo sergipano.

3.4 Política de Diálogo e Participação

O Banese acredita muito no potencial dos colaboradores para o sucesso da empresa, e investe cada vez mais nos seus funcionários, que são os verdadeiros responsáveis pela posição de destaque conquistada pelo Banco no cenário nacional. Eles realizam

diariamente não só a captação e aplicação de recursos financeiros mas, sobretudo, conquistam a confiança de pessoas, de grupos e de comunidades.

São respeitadas ações participativas em atividades de interesse coletivo tais como a CIPA, Associação Atlética e Sindicatos. Os funcionários são representados no Conselho de Administração e há participação ampla do sindicato nas negociações referentes à participação nos lucros e resultados, bem como nas discussões que permeiam o acordo coletivo da categoria. O Banese procura ainda manter um relacionamento de respeito com outras entidades de classes às quais pertencem os seus colaboradores, estagiários e prestadores de serviços, bem como os empregados das empresas coligadas.

3.4.1 Participação nos Resultados

Além da PLR – Participação nos Lucros e Resultados, o Banese mantém o Programa de Premiação por Atingimento e Superação de Metas – SPAM, um modelo de gestão focado na remuneração variável que estimula o compromisso, por parte dos colaboradores do Banco, com as metas empresariais definidas semestralmente, reconhecendo o resultado do trabalho de forma diferenciada e com base nos percentuais das metas estabelecidas, valorizando o desempenho dos colaboradores. A participação dos funcionários nos resultados referente ao ano de 2005 chegou a R\$ 3,9 milhões, uma média de R\$ 4,2 mil por funcionário.

3.4.2 Desenvolvimento de Pessoal

As ações de desenvolvimento de pessoas são associadas às estratégias da empresa e priorizam a gestão por competências. O corpo funcional é composto por 1063

colaboradores, dos quais 938 em atividade, sendo 132 recém admitidos oriundos de concurso público. Em 2005 foi destinada a quantia de R\$ 1,3 milhão para atividades de desenvolvimento e treinamento profissional, com a participação de 730 colaboradores num total de 6.356 horas de treinamento.

3.4.3 Programa de Formação Profissional

Diante de um cenário de alta competitividade, mudanças aceleradas e incertezas, os processos de transformações individuais e organizacionais tornam-se fundamentais para que as organizações mantenham uma vantagem competitiva sustentável.

O comprometimento com a educação e o desenvolvimento das pessoas constituem um dos pilares para que as empresas desenvolvam sua inteligência, garantam sua perpetuidade e obtenham bons resultados. Considerando que todo processo de mudança ocorre através das pessoas ou pelas pessoas, torna-se fundamental o investimento na intelectualidade da empresa.

Dessa forma, o Programa de Formação Profissional tem o objetivo principal de desenvolver pessoas, baseado em competências de conhecimento, intelectual, técnico-operacionais, físicas, emocionais, espirituais e de vida, alinhando-se também a uma aprendizagem contínua enfocando o aprender, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser.

Para atingir o seu propósito, este programa dá origem ao Plano Anual de Formação Profissional desenvolvido pelo Banco cujo objetivo é promover a capacitação e o desenvolvimento do ser humano, ampliando a visão e o conhecimento das pessoas, investindo no seu potencial criativo, com vistas a buscar melhores resultados, tornando o Banco mais

competitivo para atingir níveis de produtividade e qualidade que acelerem o crescimento, incorporando novos paradigmas e desenvolvendo competências empresariais e humanas.

3.4.4 Projeto Gestão Integrada e Desenvolvimento de Executivos

Com o objetivo de valorizar e potencializar o conhecimento existente na própria empresa como ativo essencial para o alcance da alta performance, com a participação dos Diretores, Superintendentes e Gerentes, em 2005 foram reunidos 105 líderes para o Workshop “Integrando Competências” ministrado pela Fundação Dom Cabral que deu origem aos grupos que compõem o projeto.

3.4.5 Plano de Treinamento e Desenvolvimento

Para capacitação contínua em áreas de interesse, foram realizados cursos de Prevenção à Lavagem de Dinheiro, Legislação Bancária, Investimentos, Matemática Financeira, Cadastro e Abertura de Contas, além do incentivo à participação em congresso, seminários e simpósios de atualização para a área bancária.

3.4.6 Projeto de Incentivo à Formação Profissional

Outra ação que contribui para o desenvolvimento profissional dos colaboradores é a bolsa educação, na qual o banco compartilha em 50% as mensalidades de cursos de graduação, pós-graduação, tecnologia e de idiomas. Em 2005 foram atendidos 172 funcionários. No ano de 2005 o projeto formou 26 graduados, 8 especialistas, 5 tecnólogos e 7 concluíram cursos em línguas estrangeiras.

3.4.7 Projeto Ampliando a Capacidade de Aprendizagem

São exibidos filmes mensalmente, acompanhados de pipoca e guaraná, encerrando com discussões enriquecedoras sobre as competências delineadas como essenciais pelo Banese. Foram abordados temas como negociação, resolução de conflitos, tomada de decisões, criatividade, superação e empreendedorismo.

3.4.8 Projeto Investindo em Você

Através deste projeto, funcionários e seus dependentes tiveram acesso a cursos, seminários, oficinas e palestras, integrando conhecimentos gerais e promovendo, além da difusão do conhecimento, a inserção da família e maior interação com o seu ambiente profissional. Destacaram-se em 2005: Oficina de Artes, Curso de Xadrez, Curso Básico de Informática e Curso Pré-vestibular.

3.5 Política de Contratação e Perfil dos Colaboradores

O ingresso de colaboradores no Banese segue as normas e leis concernentes às empresas de economia mista, sendo realizado através de concurso público. O processo de recrutamento visa atrair para o Banco candidatos potenciais, na quantidade e com as competências desejadas. Ocorre externamente através de edital de seleção pública para o cargo de Técnico Bancário I e seleção interna para os cargos de níveis II e III, bem como para as funções gerenciais e de apoio administrativo, de acordo com as necessidades do Banco. Em

2005 foram contratados 132 novos colaboradores concursados e 77 empossados em funções gerenciais e de coordenação mediante concurso interno.

3.5.1 Diversidade e Perfil dos Empregados

Cerca de 51% do quadro funcional do Banco é composto por mulheres, as quais exercem importantes papéis à frente de Superintendências, Gerências, Coordenações, entre outros, ocupando 61% dos cargos de chefia existentes, evidenciando a efetiva participação das mulheres nos resultados da empresa.

Quanto à presença de negros entre os colaboradores e quadro gerencial do Banese, a maciça maioria, 98%, do corpo funcional é composta, segundo a classificação da RAIS por pardos, o que conforme a convenção adotada pelos indicadores ETHOS é considerada como população negra.

3.5.2 Benefícios

Além dos benefícios usuais, tais como vale-transporte e auxílio moradia para os funcionários que se deslocam a interesse da organização, o Banese tem uma política de benefícios que visa a integração do funcionário ao ambiente organizacional. O auxílio alimentação é fornecido mensalmente a cada empregado independente da jornada de 6 ou 8 horas no valor de R\$ 525,20. Também é oferecido o auxílio-creche no valor de R\$ 165,30 para colaboradores com filhos de até 7 anos. Há ainda a bolsa educação que proporciona 50% da mensalidade em cursos de graduação e pós-graduação, tecnologia e língua estrangeira, bem como a bolsa de incentivo à participação em atividades físicas. O Banese atua também como co-participante na Caixa de Assistência aos Funcionários Banese - CASSE, plano de saúde

dos colaboradores e dependentes, e como patrocinadora do Sergus, Plano de Previdência Privada dos empregados do Banco.

QUADRO 5 – BENEFÍCIOS PARA FUNCIONÁRIOS DO BANESE EM 2005

BENEFÍCIOS	Investimentos (EM MIL)
Incentivo à educação formal	1.304
Benefício alimentação	5.617
Vale-transporte	305
Auxílio-creche	338

Fonte: Balanço Social Banese 2005

3.6 Programa de Qualidade de Vida do Banese

Reconhecendo que o ativo mais importante que possui são seus colaboradores internos, o banco criou o Programa Qualidade de Vida Banese, embasado em cinco pilares: cultura e arte, ambiente, integração, segurança e saúde consolidado com a criação do Espaço Vida Banese.

O Espaço Vida Banese consiste de uma estrutura localizada no Centro Administrativo Banese destinada ao atendimento médico-odontológico e ambulatorial do funcionário do Banese. Neste espaço está disponível aos funcionários: Gabinetes Médico e Odontológico para exames periódicos ocupacionais, Serviço de Massoterapia, Espaço Holístico e Restaurante Self-Service.

As atividades desenvolvidas no Espaço Vida envolvem ainda participação integrada à Comissão Permanente de Prevenção a Acidentes de Trabalho; desenvolvimento de cursos específicos para grupos de risco (diabéticos, hipertensos, obesos, fumantes e portadores de distúrbios osteomusculares); programa de prevenção e acompanhamento de

DORT; promoção de campanhas de saúde e participação em programas de responsabilidade social (cultura, meio ambiente, educação, etc.). Em 2005, foram atendidos 965 funcionários, incluindo aposentados.

As principais ações envolvendo funcionários e aposentados são: incentivo à atividade física: massagem terapêutica; atendimento odontológico; aulas de música; psicologia no trabalho em parceria com a Faculdade Pio X; e Projeto Integrar, dirigido a colaboradores afastados para tratamento de saúde (auxílio doença), em sua maioria decorrente da LER/DORT.

3.6.1 Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional – PCMSO

Ao adotar o PCMSO (NR – 7 da SSMT/MT), e implantar o Espaço Vida, o BANESE age em duas frentes: atende aos dispositivos legais de natureza governamental e promove ações de promoção à saúde e prevenção de doenças que extrapolam ao mínimo que se exige. O PCMSO tem como objetivo promover e preservar a saúde dos trabalhadores da empresa, em conjunto com o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais – PPRA (NR-9, da SSMT/MT) e outras normas regulamentadoras.

O PCMSO é composto pelas seguintes ações: exames admissionais, periódicos, demissionais, de retorno ao trabalho e mudança de função. Outras ações também complementam os exames acima citados, tais como: levantamento de perfis epidemiológicos, programas de preparação para grupos de riscos, diabetes e hipertensão, como exemplo, promoção de assistência médica especializada aos portadores de lesões osteomusculares de natureza repetitiva e implementação de ações visando à reabilitação, elaboração e acompanhamento de programas voltados para a qualidade de vida, além do desenvolvimento de parcerias estratégicas no sentido de alargar as ações de promoção à saúde. Após

mapeamento de todos os processos e cargos/funções com suas respectivas atividades, foram estabelecidos os principais fatores de risco da população banesana, a saber, por ordem de frequência: problemas de natureza ergonômica, ligados à postura, condições do mobiliário e aos movimentos de repetição e problemas de natureza física, decorrentes do ambiente instalado, condições de climatização, ruído, iluminação, entre outros.

3.6.2 Promoção à Saúde – Palestras

Foram realizadas várias palestras abordando temas importantes para o desenvolvimento da saúde e conscientização do trabalhador. Dentre os temas abordados, destacam-se: “Prevenção de Acidentes no Idoso”, dentro da programação comemorativa ao Dia do Idoso; “Sedentarismo e seus males”, durante o Encontro de Administradores do Banese”; “seja amigo de sua voz”.

3.6.3 Projeto Vida Banese

Em 2005 à saúde, o Espaço Vida lançou a semente de interiorização do programa de prevenção e promoção à saúde nas agências do interior do Estado, evitando deslocamento para a capital. O trabalho pioneiro contemplou treze agências. Os colaboradores fizeram seus exames periódicos de saúde com médicos e odontólogos do trabalho e toda uma equipe de apoio. Os exames foram realizados em consultórios cedidos pela Fundação Nacional de Saúde. Aconteceram ainda palestras educativas, dosagens de glicemia, sessões de massoterapia, vivências motivacionais e ações educativas de saúde tais como a escovação supervisionada envolvendo os filhos dos colaboradores, com a utilização do Escovódromo adquirido pelo Espaço Vida.

3.6.4 Projeto de Incentivo à Atividade Física/Corporal

O Programa de Qualidade de Vida implantado pelo Banco teve a proposta de provocar a reflexão e mudanças de atitude que assegurem aos trabalhadores um estilo de vida mais saudável. Sabendo das graves repercussões do sedentarismo e do estresse, o programa facilitou o acesso dos colaboradores à atividade física, nas suas mais diferentes manifestações, a partir do momento que subsidia 50% do valor da mensalidade das aulas ocorridas em academias especializadas à escolha do funcionário. Em 2005, uma média de 100 colaboradores/mês utilizou o benefício, gerando um investimento para o Banese de R\$ 39,0 mil.

3.6.5 Vacinação do Idoso

Vacinação contra a gripe para os aposentados. Foram administradas doses de vacinas em parceria com a Secretaria do Estado da Saúde.

3.6.6 Programa de Prevenção e Acompanhamento de DORT – PPAD

O PPAD constou de medidas preventivas, destinadas a todos os colaboradores. Quando da admissão e dos periódicos, os mesmos foram orientados quanto ao trabalho com esforços repetitivos, fatores de risco e prevenção. Ao mesmo tempo estimulava-se a prática de atividade física em academia, utilizando o benefício oferecido pelo Banco, com participação na mensalidade além da realização de massagens regularmente.

Já para os empregados em grupos de risco (os que realizam movimentos repetitivos como caixa executivo, cadastro, retaguarda, contabilidade), foi reforçada a recomendação para a prática das pausas de 10 minutos para cada 50 minutos trabalhados constante no ASO, não somente como um direito, mas também um dever do servidor.

3.6.7 Massoterapia

A massoterapia é uma das ações mais importantes voltadas para uma melhor qualidade de vida, por seus aspectos preventivos e terapêuticos. A técnica de massagem é milenar e seus resultados são comprovados. Feita de forma adequada e com acompanhamento de profissional habilitado pode revelar-se benéfica para todo o corpo e tratar tensões e excitações. O programa de massoterapia também se aplica aos colaboradores lesionados, trazendo benefícios para a sua recuperação. Durante o ano, o Espaço Vida monitorou a aplicação de massoterapia em toda a rede Banese. Para controle e otimização do atendimento, foi implantada a Ficha de Anamnese e um sistema automatizado via Intranet para agendamento das sessões, de acordo com o turno de interesse do colaborador.

Em 2005, foram investidos R\$ 325,8 mil e realizados uma média de 690 atendimentos mensais, representando 4.291 horas de massoterapia no Espaço Vida, nas agências, postos de serviços, CAB – Centro Administrativo Banese e coligadas com o serviço implantado. É importante observar que esse serviço é extensivo aos funcionários terceirizados. Em dezembro de 2004, o Banese dispunha de 45 pontos de massoterapia, ao final desse exercício foi ampliado este quantitativo para 56 locais.

3.6.8 Odontologia do Trabalho

A Odontologia do Trabalho tem seu foco voltado para promoção de saúde através de ações de caráter individual e coletivo e atua numa proposta interdisciplinar e multiprofissional realizando consultas e exames odontológicos ocupacionais.

O Banco do Estado de Sergipe implantou o seu programa de Odontologia do Trabalho como pioneiro no Estado de Sergipe e no setor bancário, em maio de 2005, oferecendo aos seus colaboradores atendimento odontológico nas especialidades de clínica, cirurgia oral menor, imaginologia buco-maxilo-facial, periodontia, endodontia, dor orofacial, urgência odontológica e estomatologia.

A Odontologia do Trabalho diferencia-se das outras especialidades por ter como objetivo específico a investigação na relação do processo do trabalho com as manifestações do Sistema Estomatognático, e não apenas atendimento curativo de caráter restaurador, assistencial, desvinculados da ótica atual de saúde do trabalhador. A consulta inicial consiste em atendimento personalizado com duração de 01 hora, onde o dentista faz todo o levantamento da saúde bucal do empregado, orientando sobre os cuidados básicos e a realização de uma profilaxia. Em seguida, quando necessário, é feito o encaminhamento para a rede credenciada para atendimento totalmente gratuito.

Foram entregues 348 kits odontológicos compostos de estojo com escova, creme e fio dental. Dentre os colaboradores atendidos, 499 foram encaminhados para tratamento, destes, 65 já o concluíram. Para implantação e manutenção do programa foram investidos R\$ 203,1 mil.

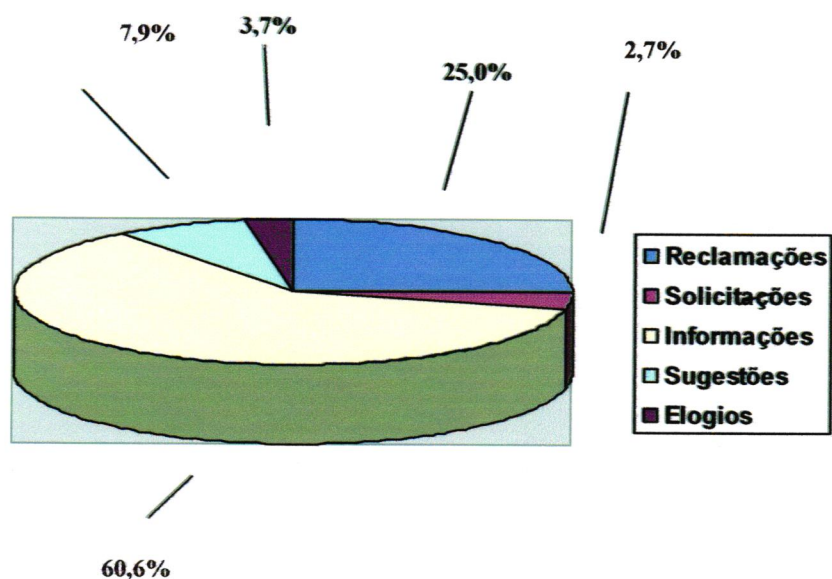
3.7 Atendimento aos Clientes do Banese

O cliente é a razão de ser do Banese. Como banco público, o relacionamento com o cliente é diferenciado, considerando-se que cada sergipano dedica um sentimento de “proprietário” para com a instituição. Essa empatia pode ser percebida pelo aumento crescente do número de clientes efetivos do banco, no total de 340 mil, 8,0% superior a 2004, não contabilizados a prestação de serviços à população não correntista.

Visando a otimização desse relacionamento, foram desenvolvidos projetos estruturadores voltados para a excelência no atendimento. Para tanto, foram realizadas ações de capacitação, investimentos em tecnologia, reformas e reestruturação de agências, ampliação dos pontos de atendimento e a criação da Agência Modelo, um espaço funcional preparado ergonomicamente e tecnologicamente para a busca da excelência do atendimento bancário através de ações flexíveis, ágeis e transparentes que resultem em benefícios claros para os clientes e os colaboradores/funcionários.

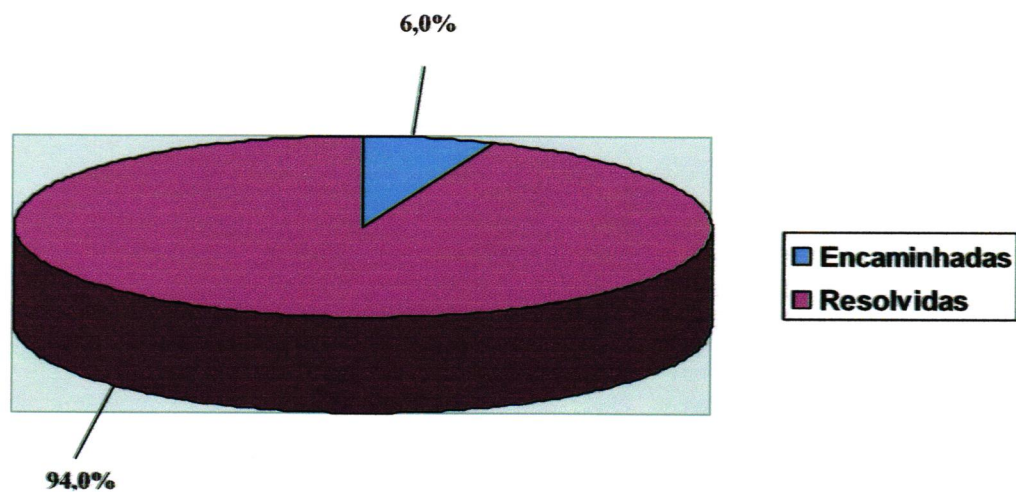
Foram ampliados os canais de comunicação com a ampliação do Call Center e a efetivação da Ouvidoria. Com o intermédio da Ouvidoria, o cliente tem a oportunidade de expressar-se com maior facilidade tanto na reivindicação dos seus direitos como para fazer sugestões e elogios. Em 2005, 94% das ocorrências atendidas pela Ouvidoria foram solucionadas e 6% encaminhadas às áreas responsáveis para solução.

GRÁFICO 1 – OCORRÊNCIA DA OUVIDORIA DO BANESE EM 2005



Fonte: Balanço Social Banese 2005

GRÁFICO 2 OUVIDORIA – ENCAMINHADAS E RESOLVIDAS EM 2005



Fonte: Balanço Social Banese 2005

Além disso, novos produtos e serviços foram incorporados ao portfólio para atender às necessidades de sua clientela, não somente na área de crédito comercial, mas principalmente voltados para o crédito de desenvolvimento.

Relativamente ao crédito, a atuação do Banco está direcionada para as pessoas físicas, participantes da economia informal e formal, com ênfase para os servidores públicos do Estado e dos Municípios, para as micro, pequenas e médias empresas com atividade econômica no Estado de Sergipe e para o micro e pequeno produtor rural, através do crédito de curto, médio e longo prazo.

A atuação do crédito visa a obtenção, de forma sustentável, de receitas líquidas de crédito, em níveis iguais ou superiores ao mercado, com a adequada relação risco/retorno, a segurança dos recursos dos depositantes e o crescimento da instituição sem, no entanto, perder de vista a idéia do crescimento econômico com igualdade e inserção social, como forma de alcançar uma melhoria significativa na dinâmica econômica do Estado.

A Carteira de Crédito Comercial

Opera os empréstimos destinados às pessoas físicas e jurídicas, sem finalidade específica e de curto e médio prazo, priorizando aplicações em operações de pequeno valor visando diversificar e minimizar riscos e possibilitando o atendimento a uma parcela maior da população.

Dentre os produtos da Carteira de Crédito Comercial, destacam-se algumas linhas com juros abaixo do mercado:

- ↳ Credi-Fácil Educação: linha de crédito para aquisição de material escolar com até 6 meses para pagar, com limite de até R\$ 2,0 mil. Impacto Social: Possibilidade de acesso a livros novos e atualizados, ajudando no desenvolvimento profissional e pessoal do público-alvo.
- ↳ Credi-Fácil Informática e Credi-Contabilista: linha de crédito para aquisição de equipamentos de informática com prazo de até 24 meses para pagar, possui vantagens especiais para a classe dos contabilistas. Impacto social: Fomenta a inclusão digital no Estado.
- ↳ Credi-Odonto: linha de crédito fruto da parceria do Banese com o SINODONTO, que torna mais acessível o tratamento bucal a um custo reduzido. Impacto social: Prevenção e controle de doenças ocasionadas pela falta de acesso a tratamento dentário.
- ↳ Credi-Frota: linha de crédito destinada a caminhoneiros autônomos e micro, pequenas e médias empresas de transporte que desejam financiar a aquisição de caminhões, reboques, chassis e carrocerias de veículos novos e usados. Impacto social: renovação da frota de transporte terrestre, gerando mais agilidade e redução de custos no escoamento da produção do Estado.
- ↳ Credi-Fácil ECF/TEF: linha de crédito destinada às empresas que desejam adquirir o ECF – Emissor de Cupom Fiscal e o TEF, em até 36 meses para pagar e carência de 3 meses. Impacto Social: torna mais flexível a circulação de riqueza, diversificando as possibilidades de negócios, bem como ajuda a minimizar o Impacto da sonegação fiscal.

A Carteira de Crédito de Desenvolvimento

Opera os financiamentos de longo prazo e adota orientações que priorizam o financiamento aos setores e segmentos estratégicos, como forma de maximizar o crescimento econômico do Estado, e dando preferência para os pequenos e mini produtores rurais e às

médias, pequenas e micro empresas, objetivando a desconcentração do crédito. Dentre as linhas de crédito ofertadas, destacam-se:

- ↳ Proinvest Banese: Programa para Financiamento de Investimento e Capital de Giro Associado. Crédito destinado para projetos de implantação, expansão e modernização das empresas, incluindo capital de giro associado.
- ↳ Progeren: Programa para Financiamento de Capital de Giro com geração de emprego e renda. Crédito para Micro, Pequenas e Médias empresas, integrantes do setor industrial, localizadas em aglomerações produtivas.
- ↳ Credi-Safra: Programa para Financiamento de Custeio Agrícola e Pecuário.
- ↳ Propec: Programa para Financiamento de investimento fixo e semi-fixo da infra-estrutura produtiva agrícola.
- ↳ Credi-Máquinas: Crédito destinado à aquisição de máquinas, equipamentos, tratores e implementos agrícolas nacionais novos para firmas individuais, pessoas jurídicas e produtores rurais.

Em 2005, através de parceria com a Secretaria de Estado da Agricultura, o Banese disponibilizou recursos em crédito na ordem de R\$ 1,2 milhão para o Pólo Produtivo de Integração da Goiaba, localizado em área de irrigação do semi-árido sergipano, para desenvolvimento da cadeia produtiva da Goiaba, beneficiando 46 microprodutores.

3.8 Política Social do Banese

3.8.1 Projeto Alimentação Fonte de Saúde

Em parceria com a Pastoral da Criança e com o objetivo de reduzir a mortalidade e desnutrição infantil, através do conceito de educação e alternativa alimentar para comunidades carentes do interior do Estado, o projeto envolveu um investimento de R\$ 26,4 mil. A proposta de trabalho era atender a 6 comunidades e trabalhar 430 famílias com 637 crianças de 0 a 6 anos, atingimos 11 comunidades, 595 famílias e 809 crianças de 0 a 6 anos, superando a meta.

3.8.2 Projeto Cultivar

Horta comunitária em parceria com o Instituto Lourival Fontes, entidade sem fins lucrativos que abriga crianças do sexo masculino entre 3 e 18 anos, com o objetivo de melhorar a qualidade alimentar e reduzir gastos com alimentação da população assistida da Instituição.

3.8.3 Investimentos Sociais

Como contribuições financeiras a entidades sem fins lucrativos, organizações não governamentais e religiosas, o banco efetuou investimentos na ordem de R\$ 191,1 mil tendo como beneficiários creches, escolinhas de futebol, entidades de apoio ao deficiente físico. Foram atendidas as seguintes instituições: Apada, Casa Maternal Amélia Leite; Sociedade Sergipana de Cultura; Instituto Alexsandro Alcino; Casa Santa Zita; IBEM; Instituto Lourival Fontes; Rosa Azul; União Espírita Sergipana; Asilo Rio Branco; Cáritas Arquidiocesana de Aracaju e Associação Ação Social Helena Ribeiro e Associação Comunitária e Produtiva de São José, entre outras.

3.8.4 Publicações Literárias

O Banese participa da difusão da cultura sergipana também através de sua literatura. Completando o ciclo do Prêmio Banese de Literatura, promovido em 2004, foram publicados mil exemplares das obras premiadas no evento além da promoção de diversos outros títulos da literatura sergipana.

3.8.5 Inclusão Digital

Em parceria com a Secretaria de Combate a Pobreza, o Banese inaugurou no interior sergipano mais uma escola de informática dentro de seus objetivos de inclusão social. O projeto já colocou em funcionamento 25 escolas em todo o Estado.

3.8.6 Apoio à Pesquisa e Extensão

Entendendo a pesquisa como componente fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas eficientes, o Banese faz parte do Conselho de Instituidores da Fundação de Apoio à Pesquisa e Extensão de Sergipe – FAPese que tem por finalidade promover, executar e subsidiar programas e atividades da Unidade Federal de Sergipe – UFS e de outras instituições do Estado, relevantes para o seu desenvolvimento.

3.8.7 Apoio ao Esporte

Apoiando diversos atletas e times em variadas modalidades esportivas, o Banese propicia melhores condições para treinamento e facilita o ingresso de jovens em esportes e a descoberta de novos talentos, com participação em competições nacionais e até internacionais. Em 2005, os patrocínios esportivos concedidos chegaram o valor de R\$ 300,4 mil, incluindo-se os seguintes times e atletas: Escolinha do Coritiba Futebol Clube; Grêmio Recreativo Zebra Futebol Clube – núcleos Aracaju e Frei Paulo; Esporte Clube São José; o Karateca pentacampeão Juarez Conrado; a nadadora Tarcila Barreto, o tenista Victor Maynard; Associação Olímpica de Itabaiana; Associação Desportiva Confiança, entre outras.

3.8.8 Junte Papel, Distribua Alegria

Arrecadação de todo papel de escritório usado na empresa e entidades parceiras. Nesse ano foram arrecadados e vendidos para reciclagem 33,8 mil toneladas de papel gerando R\$ 8,5 mil.

3.8.9 Cartucho Vazio, Enchente de Alegria

Todas as unidades do Banco coletam seus cartuchos e tonner's de impressoras para reciclagem. Foram arrecadados 624 tonner's gerando recursos no valor de R\$ 4,2 mil.

3.8.10 PET Reciclada, Alegria Renovada

Recolhimento através de transporte do Banco de garrafas Pet's para a produção de vassouras recicladas, de Varribem, do IBEM – Instituto Beneficente Emmanoel, da Terra Dura. Além de beneficiar a comunidade, esse projeto retira do meio ambiente de 30 a 40 mil garrafas por mês.

Com os recursos arrecadados da venda do papel e dos cartuchos foram realizadas várias ações sociais, a exemplo: campanha da menina Vitória para a cirurgia do intestino com a compra de suprimentos e medicamentos, armário e cômoda para roupas; lençóis; fronhas; colchões e fraldas para o Hospital de Caridade de Riachuelo; camisas para estudantes da Escola Professora Alba Moreira; apoio financeiro ao IBEM na capacitação tecnológica dos funcionários da Fábrica de Vassouras recicladas em parceria com o Sebrae; confecção de adesivos do Projeto Cidadania Banese para as coletoras de papel reciclado para mesas das Agências da Capital (o trabalho do não desperdício); confecção de adesivos do Projeto Cidadania Banese para as coletoras de papel de mesa; cadeiras de rodas; cestas juninas de alimentos para os prestadores de serviços do almoxarifado; leites para a creche Grupo Espírita Samaritano; plotagem da Kombi do IBEM (com as logomarcas da instituição, Banese e Projeto Cidadania Banese); ajuda de custo para viagens e passagens rodoviárias de pessoas doentes; e outras pequenas doações.

3.8.11 Semana do Meio Ambiente

No período de 08 a 10 de junho de 2005, semana internacional do Meio Ambiente, foi feita uma mobilização interna com os colaboradores na questão da consciência ecológica, através de: doações de 530 mudas de plantas (cedidas pela Embrapa e Emsurb – arbustivas e

ornamentais); construção da árvore dos desejos do Meio Ambiente e um pequeno monólogo teatral sobre o Meio Ambiente.

Além das ações em prol do meio ambiente, o Banese tem como política para liberação do crédito de desenvolvimento a preocupação de exigir comprovação e compromisso por parte do contratante de aquela não ser uma atividade que agrida o meio ambiente, fazendo parte do financiamento inclusive de obras de tratamento de dejetos e contenção de resíduos, devidamente acompanhado por técnicos da área.

CONCLUSÃO

O valor de uma informação é em função da percepção do usuário, ou seja, da leitura que o mesmo faz do objeto a ser avaliado e, como o Balanço Social é uma informação para inúmeros interessados, que se valem dos valores e dados apresentados, para tomada de decisão e, se os mesmos não forem claros e bem definidos, podem não servir e nem atingir o objetivo da sua apresentação.

Embora o conceito de valor tenha uma orientação voltada para o futuro, ele decorre de ocorrências passadas, mas são o passado e o presente, que podem viabilizar a elaboração de um planejamento e criação de cenários projetados para o futuro em termos de gestão organizacional.

O Balanço Social é um instrumento por meio do qual a organização consolida e apresenta um conjunto de informações, qualitativas e quantitativas, relacionadas com o desempenho das suas responsabilidades sociais. Mais do que uma prestação de contas para a sociedade, o balanço social deve ser entendido como um importante instrumento, para a organização acompanhar e avaliar as suas virtudes e fraquezas no campo das interações sócio-ambientais.

Com base nos resultados e indicadores de desempenho apresentados no balanço social, a organização pode planejar e executar um conjunto de atividades que resultem em benefícios para os empregados, para a comunidade, para o meio ambiente e para o próprio Estado. Assim procedendo, a organização poderá, também, auferir melhores resultados, na forma de aumento de produtividade dos seus empregados, fortalecimento da sua imagem institucional e aumento da sua fatia de participação no mercado.

Uma empresa como o Banese que contribui para um ambiente socialmente sadio e economicamente desenvolvido, está mais fortalecida para competir no mercado global, onde cada cliente está cada vez mais consciente dos problemas que afetam a sua comunidade e os

grupos sociais de pressão estão mais organizados e atuantes em defesa dos interesses da sociedade e do meio ambiente.

De acordo com a política do Banco a realização de um balanço social não se trata, apenas, de realizar filantropia, mas de executar um conjunto de ações estrategicamente pensadas, que propiciem uma ampliação de benefícios para muitos, inclusive para a própria organização.

A política social desenvolvida pelo Banco, aliada a suas ações administrativas, transformaram o Banese em um banco sólido, raridade entre as empresas de capital misto. O banco dispõe de um caixa livre bastante confortável superior a R\$ 700 milhões, capitalizado, rentável e que possui uma imagem bastante positiva no Estado de Sergipe. Tem uma carteira de quase 300 mil clientes, R\$ 1,3 bilhão em Ativos, possui pouco mais R\$ 1,0 bilhão de depósito de clientes, tem uma carteira de crédito comercial superior a R\$ 300 milhões, o que lhe assegura uma receita confortável e baixo risco, vez a grande maioria desses créditos é consignado em folha de pagamento, notadamente dos servidores públicos estaduais e municipais. Além disto, é detentor exclusivo da movimentação da conta única do Estado de Sergipe e da maioria das prefeituras do estado, em especial a de Aracaju.

Tem um cartão de crédito, Banesecard, de abrangência local, com mais de 200 mil clientes e com uma movimentação apreciável para o pouco tempo de existência, podendo ser um grande instrumento de alavancagem de crédito junto ao comércio local. Tudo isto configura um cenário extremamente positivo que permite ao Banco um fluxo significativo de recursos, ótimas oportunidades de negócios e uma boa rentabilidade operacional, gerando resultados efetivos para ele e para a economia local.

Pelos resultados alcançados, e pelas boas perspectivas para os próximos anos, a política de balanço social do Banco deve ser ampliada, promovendo cada vez mais ações que

o transformem não num banco de fomento de capital, mas numa instituição que prima pelo cliente, pelo colaborador e pelo acionista que são o verdadeiro patrimônio da instituição.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Luis Nelson Porto. Trevisan Consultores – **Governança Corporativa**. Disponível em: <http://www.lcvco.com.br>. acesso em 02 Dez de 2006.

BALANÇO SOCIAL DO BANESE 2005. Disponível em: www.banese.com.br, acesso em 10 Dez de 2006.

CARVALHO, Luiz Nelson Guedes de, SANTOS, Ariovaldo dos. **Balanço Social: um indicador de excelência**. In Revista Exame, set/1997.

CÓDIGO BRASILEIRO DAS MELHORES PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). Disponível em: <http://www.ibgc.org.br>. acesso em 04 Dez de 2006

FORTUNA, Eduardo. **Aprenda com o Fortuna: Entendendo a Governança Corporativa I, II, III, IV, V e VI**. Disponível em: <http://www.investimentos-e.com.br>, acesso em 02 Dez de 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS (Ibase) <www.ibase.br> Acesso 23 de dezembro de 2006

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balanço Social**. São Paulo: Atlas, 2000.

LODI, João Bosco. **Governança Corporativa – O Governo da Empresa e o Conselho de Administração**. Ed. Campus, São Paulo – SP, 2000.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia Científica: a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro. DP&a, 4 ed. 2001.

SILVA, César Augusto Tibúrcio e FREIRE, Fátima de Souza. **Balanço Social**. São Paulo: Atlas, 2001

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social: Uma Abordagem Socio-Econômica da Contabilidade**. (USP), 1984.