

## BALANÇO SOCIAL: INSTRUMENTO DE EVIDENCIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NAS EMPRESAS

Ana Lúcia da CUNHA<sup>1</sup> ; Carla Heraine Hara RIBEIRO<sup>2</sup>; Solange Christina Carneiro RODRIGUEZ<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Estudante de Ciências Contábeis /UNINCOR e-mail:analucia.aiuru@gmail.com

<sup>2</sup> Orientador e Professor do Curso de Ciências Contábeis/UNINCOR  
e-mail: prof.carla.ribeiro@unincor.edu.br

<sup>3</sup> Co-Orientador e Professor do Curso de Ciências Contábeis/ UNINCOR

**Palavras-chaves: Stakeholders , Balanço Social, Responsabilidade Social Corporativa.**

### Resumo:

O Balanço Social nasceu como um anseio da população e de movimentos sociais para que as organizações prestem contas à sociedade contribuindo para igualdade e desenvolvimento social. O Balanço Social é um demonstrativo contábil que visa à apresentação de informações acerca da interação da empresa com o meio em que se encontra inserida, e tem como finalidade tornar público a responsabilidade social corporativa da empresa. Isto faz parte do processo de por as cartas na mesa e mostrar com 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, e ao longo dos anos, e também para comparar uma empresa com outra. A Responsabilidade social corporativa é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comprometimento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de seus familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo. Essa concepção assume a responsabilidade social como expressão de uma postura ética comprometida com o resgate da cidadania, assumindo uma posição de co-responsabilidade, na busca do bem-estar público, em articulação com as políticas sociais (instituto, fundações, organizações, universidades, comunidade entre outros). No Brasil, a elaboração e publicação deste demonstrativo não são obrigatórias mas é notavelmente crescente a utilização do balanço social pelas organizações. Entretanto, com o surgimento da Lei 11.638/07 as companhias abertas são obrigadas a elaborar e publicar o Balanço Social. Este trabalho objetiva demonstrar a importância da divulgação do comprometimento social das empresas através do Balanço Social e analisar a estrutura dos três principais modelos de Balanço Social utilizados no Brasil, o IBASE, Instituto ETHOS e GRI. A técnica de pesquisa adotada para elaboração deste trabalho foi a partir de pesquisas bibliográficas, isto é, leitura e explicação de contribuições científicas já elaboradas. Constatou-se que a divulgação do Balanço Social é uma forma de fortalecer a imagem institucional das companhias, marcas e produtos ligados a elas. Os stakeholders, atualmente estão mais exigentes e atentos dando preferência a produtos e serviços oferecidos por empresas socialmente responsáveis, em comparação de igual preço e qualidade, de empresas sem comprometimento social, porque esses produtos/ serviços “socialmente responsáveis” agregam um interesse nos stakeholders de colaboração a causa social apoiada pela empresa. O ato se consolida através da compra do produto ou serviço. Esse demonstrativo também é empregado como ferramenta gerencial por evidenciar informações sobre políticas administrativas contribuindo no controle e ajuda do processo decisório e de determinação de estratégias.