



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

INGRID HAYENE FARIAS BANDEIRA

UTILIZAÇÃO DE PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS NO BANCO
BRADESCO DA CIDADE DE POMBAL-PB À LUZ DA PERCEPÇÃO DE
SEUS COLABORADORES

SOUSA - PB
2013

INGRID HAYENE FARIAS BANDEIRA

UTILIZAÇÃO DE PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS NO BANCO
BRADESCO DA CIDADE DE POMBAL-PB À LUZ DA PERCEPÇÃO DE
SEUS COLABORADORES

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis do CCJS da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em Ciências Contábeis.

Orientador: Professor Me. Marcos Macri.

SOUSA - PB
2013

**UTILIZAÇÃO DE PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS NO BANCO BRADESCO DA
CIDADE DE POMBAL-PB À LUZ DA PERCEPÇÃO DE SEUS COLABORADORES**

Monografia apresentada à Coordenação do
Curso de Ciências contábeis da Universidade
Federal de Campina Grande como um dos
requisitos para obtenção do grau de Bacharel
em Ciências Contábeis.

APROVADO: ____/____/____

Prof. Me. Marcos Macri

Orientador

Prof. Examinador

Prof. Examinador

Dedico este trabalho à minha família, em especial aos meus incansáveis heróis, meus pais, Diá e Ely, e a meu grande exemplo de vida, minha avó, Dona Maroquinha (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

A Deus, que com sua infinita graça e misericórdia se faz presença constante em minha vida, sustentando-me nos momentos mais difíceis. Obrigada, Pai, pelas oportunidades que me tens dado de testemunhar o seu imenso amor.

À Maria, mãe santíssima, minha intercessora e protetora, abençoando-me sempre com teu manto sagrado.

Aos meus pais, Diá e Ely, minha fortaleza, meus maiores tesouros. À vocês agradeço o amor incondicional, a luta diária para proporcionar as suas filhas a melhor educação, por se doarem inteiros e renunciarem aos seus sonhos, para que, muitas vezes, pudéssemos realizar os nossos. Obrigada por acreditarem em mim. Minhas conquistas são todas dedicadas a vocês, pensando em um dia retribuir um pouco do muito que fizeram e fazem por mim. Meu pai, meu protetor, meu exemplo maior de homem simples e bom caráter. Tenho muito orgulho de ser sua filha. Minha mãe, minha melhor amiga, meu anjo da guarda na terra. Obrigada pelos ensinamentos que levarei por toda a vida. Obrigada por me entender quando nem eu mesma me entendo. Obrigada pela força diária. Amo muito vocês!

À minha irmã, Anne Mabelly, por sempre cuidar de mim, mesmo com sua forma exagerada, mas por acima de tudo querer o meu bem, a minha felicidade. Por vibrar minhas conquistas e compartilhar os melhores momentos da minha vida.

À minha maior saudade, minha avó, Dona Maroquinha, meu anjo da guarda no céu. Meu exemplo de mulher forte e batalhadora. Fé, família unida, os seus ensinamentos ficarão eternizados. Sei que a senhora está me abençoando e me guardando todos os dias. Como diz Rubens Alves: "Amar é como ter um pássaro pousado no dedo. Quem tem um pássaro pousado no dedo sabe que, a qualquer momento, ele pode voar". E como um passarinho a senhora vem me visitar quando eu mais preciso, eu sei!

Ao meu amor, meu namorado, Alysson. Obrigada por me escutar, cuidar de mim, por ter demonstrado de todas as formas a vontade de estar ao meu lado e me fazer feliz. Meu amigo, confidente, é quem divide comigo os planos e sonhos para o futuro. Obrigada pela paciência, por me entender, por preencher todo o vazio que havia. Sou muito feliz ao seu lado.

À minha Nina, por alegrar os meus dias, pelo carinho sem pedir nada em troca. Por ter nos escolhido e transformado nossa casa num lar muito mais alegre.

Ao meu cunhado, Robério, pelo carinho, apoio e ajuda sempre que precisei. O admiro por ser o ser humano de coração bom e pelo respeito e amor que tem com a minha irmã. Torço muita pela felicidade de vocês. Obrigada pela amizade sincera e por cuidar de mim como um irmão faria, pois o considero assim, um irmão.

Às minhas tias paternas, minhas tias Tiquinha e Marluce, por todo o carinho, amor e dedicação, sempre dispostas a ajudar no que fosse preciso, e por se fazerem sempre presentes na minha vida, compartilhando minhas vitórias. Obrigada pelas orações diárias, pelas alegrias, pelos maravilhosos almoços de domingo. Reunir a família não tem preço.

À minha prima irmã, Annaelise, por dividir momentos maravilhosos da minha infância, e compartilhar momentos especiais até hoje. Admiro-te muito pela profissional fantástica que está se tornando.

Às minhas tias maternas, Glória, Socorro e Luzinete, por todo o cuidado e amor que tiveram por mim desde os meus primeiros passos. As minhas primas Fernanda, Flávia e Fábia, por serem meus exemplos de determinação e coragem, por serem mais que primas, serem amigas, irmãs. Obrigada por tudo!

Aos tios, Farias, Lúcia, Vera, pela preocupação e apoio.

À Escola Menino Jesus, pela educação de toda a vida. As eternas tias, Dedina e Loudinha, por todo o carinho a mim dedicado até hoje. Tenho muito orgulho em ter feito parte dessa história.

Aos meus bens, Edna e Péricles por vibrarem cada conquista minha e por se fazerem parte da minha família de um jeito mágico. Obrigada por me presentear com o afilhado mais lindo do mundo, Emanuel.

Às minhas companheiras de início de curso, Juliana e Corrinha, que tomaram rumos diferentes, mas que são minhas melhores lembranças.

Às minhas amigas, Karla e Elisa, que fizeram parte dos meus dias em Sousa. Obrigada pelos conselhos, pela paciência, pelo carinho. Obrigada por me trazerem de volta a felicidade. Um dia minha Kakah me disse: "Você é parte do que me faz forte". Admiro muito vocês, e torço muito para que sejam bem felizes. Que nossa amizade continue eterna. Amo vocês!

Aos meus colegas de curso, Daênio, Marcelo, Carlos Victor, Valéria, Eustáquio e os demais, por compartilharmos alegrias e superamos as dificuldades, sempre juntos.

Aos meus companheiros de trabalho, agência Bradesco Pombal, pelo apoio e colaboração para que eu pudesse concluir meu trabalho.

Aos amigos e familiares que compartilharam da minha caminhada e àqueles que mesmo distantes torceram por mim. Ana Helena, Brisa, Danielly, Thayana, Diógenes, Gardênia, aos amiguinhos Kaian, Valdir, meus queridos.

Ao meu mestre e orientador, Marcos Macri, que prontamente aceitou orientar meu trabalho de conclusão de curso. O admiro como pessoa e profissional exemplar.

Aos professores Fabiano, Vorster, Marconi, Fábio, Orlando, Lúcia, Janeide, Janafna, Cristiane, Valterlin e os que se dispuseram a ajudar quando mais precisei, e pela amizade conquistada dentro e fora das salas de aula.

Obrigada a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para que eu pudesse chegar até aqui.

RESUMO

A responsabilidade social é uma ação para o futuro, não modismo, marketing nem ideologia, mas sim um novo conceito de sociedade autossustentável, por isso está crescendo como estratégia de qualidade no meio empresarial. Apesar disso, o que se percebe na atualidade é que apesar da discussão acerca da responsabilidade que a empresa tem com o meio ambiente e com as relações interpessoais, as ações ainda são insuficientes e, como consequência disso, pode-se visualizar um cenário que necessita de mudanças urgentes. Portanto, diante da necessidade de novas propostas de estudos científicos que tratem do assunto, este trabalho objetivou investigar a utilização de práticas socioambientais no banco Bradesco da cidade de Pombal – PB, à luz da percepção de seus colaboradores. Com o propósito de fornecer subsídios necessários para acréscimo de contribuições acerca do estudo em tela, a pesquisa é classificada como sendo um estudo de caso, com abordagem qualitativa, bibliográfica, descritiva e exploratória. Buscou-se para o alcance do objetivo, um roteiro com entrevistas semiestruturadas e abertas feitas no Bradesco da agência de Pombal-PB. Verificou-se que as ações de responsabilidade social aplicadas pela agência são insuficientes para atender às necessidades da comunidade pombalense. Salienta-se que essas práticas são realizadas em caráter eventual, com objetivos distintos, sem acompanhamento algum e realizadas informalmente, fato este que poderia ser revisto pelo próprio Bradesco, pois ações como essas traz influência direta no desenvolvimento econômico, financeiro e cultural dos pombalenses.

Palavras-chaves: responsabilidade social, meio ambiente, desenvolvimento econômico, sustentabilidade.

ABSTRACT

Social responsibility is an action for the future, not a trend, marketing or ideology, but a new concept of self-sustainable society, therefore it is increasing as a strategy of quality in the business world. In spite of this, what can be seen at present is that despite the discussion about the responsibility that the company has with the environment and with the interpersonal relationships, the actions are still insufficient and, as a result, there is a scenario that demands urgent changes. So, faced with the need for new proposals of scientific studies that deal with the issue, this study aimed the analysis of the utilization of social and environmental practices in the bank Bradesco of the city of Pombal - PB, in light of the perception of its contributors. In order to provide necessary support for the increase of contributions about the study displayed, the research is classified as being a case study with a qualitative, bibliographic, descriptive and exploratory approach. Was sought for the achievement of the objective, a route with open and semi-structured interviews made at Bradesco agency in the city of Pombal-PB. It appears that the actions of social responsibility applied by the agency are insufficient to satisfy the needs of the community of Pombal. It is noted that these practices are performed occasionally, with distinct goals, with no monitoring and informally performed, a fact that could be reviewed by Bradesco, since such actions bring direct influence on the economic, financial and cultural development of the people from Pombal.

Keywords: social responsibility, environment, economic development, sustainability.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Processo de coleta e divulgação de dados.....	44
Figura 2 Proposta de elaboração do balanço social.....	46

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Distribuição percentual das fundações privadas e associações sem fins lucrativos FASCIL, por área de atuação- Brasil- 2002.....	29
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 Bradesco-Pombal como uma empresa responsável	52
Quadro 2 Ações realizadas pelo Bradesco no último ano	53
Quadro 3 Forma como as ações sociais são realizadas	54
Quadro 4 Principais beneficiários das ações sociais.....	55
Quadro 5 Frequência com que as ações são realizadas.....	56
Quadro 6 Número estimado de pessoas que são beneficiados com as ações.....	56
Quadro 7 O Bradesco como colaboradores para o desenvolvimento da micro região de Pombal.	58
Quadro 8 Motivação do Bradesco para o desenvolvimento da responsabilidade social.....	58
Quadro 9 Ações desenvolvidas pelo Bradesco-Pombal em favor dos colaboradores.....	59
Quadro 10 O Bradesco-Pombal e a inclusão social	60
Quadro 11 Percepção do Bradesco sobre a conscientização da importância da conservação do meio ambiente.	61
Quadro 12 Ações desenvolvidas pelo Bradesco-Pombal destinado à melhoria da qualidade ambiental	62
Quadro 13 Importância do balanço social sob o prisma dos colaboradores do Bradesco-Pombal	63

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Distribuição das fundações e associações sem fins lucrativos e do pessoal ocupado assalariado, segundo a data de criação- Brasil-2002.....	28
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	16
1.1 Tema e Problema.....	16
1.2 Objetivos.....	18
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	18
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
1.3 Justificativa.....	19
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	21
2.1 Conceitos de Responsabilidade Social.....	21
2.2 A Responsabilidade Social no Brasil.....	23
2.3 Terminologias das Entidades Sociais.....	25
2.2.1 O que é o Terceiro setor?.....	25
2.3.2 Fundação.....	26
2.3.3 Empresas Socialmente Responsáveis.....	30
2.4 A Contabilidade e a Responsabilidade Social.....	31
2.4.1 Contabilidade social.....	33
2.4.2 Objetivos da contabilidade.....	35
2.4.3 Balanço social.....	38
3 METODOLOGIA.....	48
3.1 Quanto ao Universo.....	49
3.2 Procedimentos da Coleta de Dados.....	49
3.3 Procedimentos da Análise dos Dados.....	49
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	51
4.1 Características da Entidade Pesquisada.....	51
4.2 Dados da Entrevista.....	51
4.2.1 Tempo de Serviço Junto ao Bradesco.....	51
4.2.2 O Bradesco-Pombal como uma Empresa Socialmente Responsável.....	52
4.2.3 Ações realizadas pelo Bradesco no último ano.....	53
4.2.4 Forma como as Ações Sociais são Realizadas.....	54
4.2.5 Principais Beneficiários das Ações Sociais.....	54
4.2.6 Frequência com que as Ações são Realizadas.....	55
4.2.7 Número Estimado de Pessoas que são Beneficiados com as Ações.....	56
4.2.8 O Bradesco como Colaborador para o Desenvolvimento da Micro região de Pombal.....	57

4.2.9 <i>Motivação do Bradesco-Pombal para o desenvolvimento da responsabilidade social</i>	58
4.2.10 <i>Ações Desenvolvidas pelo Bradesco-Pombal em Favor dos Colaboradores</i>	59
4.2.11 <i>O Bradesco-Pombal e a Inclusão Social</i>	60
4.2.12 <i>Percepção do Bradesco sobre a Conscientização da Importância da Conservação do Meio Ambiente</i>	60
4.2.13 <i>Ações desenvolvidas pelo Bradesco-Pombal destinado à melhoria da qualidade ambiental</i>	61
4.2.14 <i>Importância do balanço social sob o prisma dos colaboradores do Bradesco-Pombal</i>	62
5 CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
REFERÊNCIAS	66
ANEXOS.....	70

1 INTRODUÇÃO

1.1 Tema e Problema

Em pleno sec. XXI a preocupação com o social intensificou-se à medida que os avanços tecnológicos e todo processo da globalização acelerada mostra suas consequências no mundo. Pode-se dizer que a responsabilidade social surgiu em resposta aos agravos feitos a natureza pelo homem e veio com o objetivo de conscientizar a população para as práticas sustentáveis feitas pelas empresas.

Dessa maneira, a responsabilidade social teve seus primeiros indícios a partir da década de 70, onde se registra uma preocupação acentuada no ambientalismo e no desenvolvimento humano em todo o mundo (BERTONCELLO & CHANG JUNIOR, 2007). O Brasil acompanhou esse movimento a partir da década de 90 com a criação de ONGS, institutos e empresas privadas que percebem o diferencial que causam a partir das suas ações e interessaram-se pelo assunto (GARCIA & CEBALLOS, 2005).

Segundo a óptica de Fischer (2004), a Responsabilidade Social é um conceito sociológico, um tipo de valor que determina os padrões de comportamento aceitos na cultura de uma sociedade. Esses comportamentos referem-se às relações estabelecidas entre as pessoas, seja no contato interpessoal, grupal ou no contexto da sociedade como um todo.

A responsabilidade social visa explorar além das práticas feitas pelas empresas como também as relações existentes entre as pessoas dentro ou fora dos estabelecimentos.

Peter Drucker (1999, p.24) afirma que as organizações têm a responsabilidade de encontrar uma abordagem reparadora para problemas sociais básicos causados pelo seu impacto.

Para tanto, a responsabilidade social é a forma que a empresa tem de demonstrar sua preocupação com as práticas efetuadas por elas que prejudiquem ao meio ambiente.

Para Vassalo (2004, p.5) a responsabilidade social provocou uma série de mudanças no mercado:

O que se vê hoje é um mercado consumidor diferente [...] ao mesmo tempo em que exige preços competitivos, produtos de qualidade e o melhor aten-

dimento, o mercado valoriza e prestigia empresas que desempenham um novo papel, que vai além da remuneração ao acionista.

A Responsabilidade Social Corporativa tornou-se um dos temas mais debatidos atualmente, por ser uma forma de gestão definida pela ética e transparência das informações com todos os usuários com os quais se relaciona e pelas funções sociais desempenhadas pela empresa, contribuindo para o bem estar da sociedade na qual está inserida respeitando a diversidade e promovendo a redução dos problemas sociais. Sabe-se que adotar práticas sociais traz inúmeros benefícios para a sociedade e para a empresa, possibilitando abrir mais mercados consumidores.

Bowen (1953, p.14) intensificou o conceito sobre a responsabilidade social quando argumentou que ela "se refere às obrigações dos homens de negócios de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores de nossa sociedade".

A sociedade moderna e consciente exige dos empresários ações responsáveis que possam diminuir os efeitos negativos que as rotinas das atividades empresariais geram ao meio ambiente e a própria sociedade.

Diante dos fatos, o Instituto Ethos, afirma que a empresa não deixará de objetivar o lucro do empreendimento, mas visará o lucro a longo prazo, o cumprimento de leis e regulamentos, considerar o impacto não mercadológico de suas decisões e procurar maneiras de melhorar a sociedade por uma atuação orientada para a responsabilidade social empresarial (INSTITUTO ETHOS, 2007).

O instituto traz uma informação relevante quando afirma que o fato da empresa agir com responsabilidade não impossibilitará a mesma a mudança do objetivo na qual foi instituída, ou seja, a busca pelo lucro.

Ainda segundo o instituto, a competitividade, até pouco tempo atrás, era baseada em duas grandes vertentes: preço e qualidade. Atualmente, o mercado está incorporado em um novo fator de competitividade: a qualidade das relações (INSTITUTO ETHOS, 2007).

O instituto intitula o novo valor agregado às relações pessoais, ou seja, as formas de relacionamento existentes na empresa com seus funcionários e clientes. Essas relações são mostradas através da ética, das atitudes dela perante os problemas existentes no meio e a sua maneira de intervir para minimizar os riscos em potencial gerado pelas suas práticas.

Segundo o Relatório Estado do Mundo, publicado pelo World Watch Institute (2004) apud Arantes (2006, p.2), dos 6,2 bilhões de habitantes do planeta, apenas 1,7 consegue consumir além de suas necessidades básicas; 1/3 da população não tem acesso à energia, como eletricidade e combustíveis fósseis; em 2025, se nada for feito, 4 bilhões de pessoas (metade da população mundial) estarão sem acesso a saneamento básico; o consumo atual dos recursos naturais supera em 20% a capacidade da Terra de se regenerar. No Brasil, verifica-se que 24,7 milhões de pessoas são considerados indigentes, vivendo com menos de R\$ 75 de renda familiar por mês. Nosso país é o quarto país em desigualdade de renda no mundo depois da Namíbia, Lesoto e Serra Leoa.

O que se percebe na atualidade é que apesar da discussão acerca da responsabilidade que a empresa tem com o meio ambiente e com as relações interpessoais ainda são insuficientes e como consequência é visualizado um cenário que necessita de mudanças urgentes.

Dessa maneira, buscou-se investigar o compromisso social do Bradesco por meio da percepção dos colaboradores em busca de melhorias e qualidade de vida, bem como de toda a comunidade pombalense.

Sendo assim, o presente estudo busca responder a seguinte questão: Qual a percepção dos colaboradores sobre as ações socioambientais praticadas pelo Bradesco S/A na cidade de Pombal-PB?

1.2 Objetivos

1.2.1 OBJETIVO GERAL

Investigar como os colaboradores percebem as práticas socioambientais realizadas pelo Bradesco na cidade de Pombal-PB.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar práticas socioambientais aplicadas na empresa objeto do estudo;
- Conhecer a opinião dos colaboradores sobre as práticas realizadas pelo Bradesco S/A na cidade de Pombal-PB;

- Apresentar quais práticas socioambientais poderiam ser implementadas pelo Bradesco de Pombal-PB;

1.3 Justificativa

Bowen (1953, p.15) apud Arantes (2006) indica que os sinônimos para responsabilidade social são: "responsabilidade pública", "obrigações sociais" e "moralidade comercial".

A responsabilidade social é uma obrigação a ser cumprida por todos, isso implica dizer que é competência do Estado, das empresas e da sociedade no geral. As práticas executadas provocam benefícios ao meio ambiente e melhoram as relações interpessoais.

Segundo a concepção de Melo Neto e Fróes (1999, p.102) a responsabilidade social de uma empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce.

A realidade contemporânea na qual as empresas estão inseridas exige que elas adotem mecanismos que possam minimizar os efeitos causados a natureza e propicie benefícios à comunidade.

Dentro desta mesma linha, o Instituto Ethos preconiza que responsabilidade social:

É uma forma de gestão definida por uma relação ética e transparente da empresa com todas as partes interessadas: funcionários, fornecedores, governo, meio-ambiente, concorrência, consumidores/clientes, acionistas, comunidade e sociedade. Além de gerenciar este relacionamento permeado pela ética e transparência, a empresa socialmente responsável respeita a diversidade e considera o desenvolvimento sustentável em cada tomada de decisão relativa ao negócio (INSTITUTO ETHOS, 2006).

As empresas socialmente responsáveis preocupam-se em agir com ética e transparência além de incluir na gestão ações que propiciem o desenvolvimento sustentável no processo de tomada de decisão.

Dessa forma, a ética e a responsabilidade social que o Banco Bradesco exerce nas comunidades nas quais a Fundação Bradesco atua, é uma forma de mostrar como uma pessoa jurídica, de direito privado, pode intervir nos problemas da sociedade com a finalidade de melhorar a vida das pessoas. Há 56 anos a Fundação Bradesco, como consequência da

ausência de políticas sociais do Estado, mantém seu trabalho vivo, contando com um conjunto de princípios educacionais e éticos que orientam ações pessoais e coletivas na condução do projeto maior que é a formação e profissionalização de milhares de brasileiros, nos mais diversos recantos do país.

Pode-se afirmar que o interesse pela pesquisa veio da necessidade de se investigar se o Bradesco desenvolve ações de responsabilidade socioambiental nas suas agências, levando-se em consideração como objeto de estudo a localizada na cidade de Pombal, interior da Paraíba.

Apesar de existirem pesquisas que tratem do tema em questão é sentida a necessidade de mais contribuições neste sentido, uma vez que existem muitas questões sem respostas e a necessidade urgente de políticas sociais que busquem minimizar os efeitos causados pelo sistema globalizado.

Dessa maneira, o tema em questão foi escolhido com o propósito de investigar qual a percepção dos colaboradores sobre a responsabilidade social corporativa através da utilização das práticas socioambientais do Bradesco S/A na cidade de Pombal-PB. Para o alcance do objetivo proposto, o trabalho descreverá a responsabilidade social corporativa e seus efeitos na sociedade, procurará identificar se práticas socioambientais são realizadas pelo Bradesco S/A na cidade de Pombal-PB.

Sendo assim, a presente pesquisa justifica-se pelo fato da responsabilidade social ser uma ação para o futuro, não modismo, marketing nem ideologia, mas sim um novo conceito de sociedade autossustentável, por isso está crescendo como estratégia de qualidade no meio empresarial, ou seja, muitas empresas estão percebendo que é vantajoso investir na qualidade de vida dos funcionários e prestar serviços à comunidade porque há um grande retorno em produtividade, além de diminuir os impactos ambientais, e como esses colaboradores e até mesmo os clientes ou beneficiários das comunidades onde estão inseridas, avaliam a parceria entre pessoa jurídica privada e sociedade no desenvolvimento de programas sociais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceitos de Responsabilidade Social

Falar em Responsabilidade Social Corporativa implica em uma série de práticas contínuas que são tomadas dentro da empresa, no caso o Banco Bradesco S/A e sua Fundação, ou seja, as ações devem estar dispostas em uma organização, dentro de sua cultura organizacional.

Dessa maneira e conforme Kay (1996, p.5):

A estratégia da empresa é o casamento entre suas capacidades internas e seus relacionamentos externos. Ela descreve como a empresa responde aos seus fornecedores, clientes, concorrentes e ao meio ambiente econômico e social no qual opera. A análise da estratégia utiliza nossa experiência do passado para desenvolver conceito de ferramenta, dados e modelos que esclarecerão essas decisões no futuro.

Ações de responsabilidade social não devem ser vistas como um mero gasto, mas como um importante investimento. Principalmente quando essas práticas estão vinculadas à promoção do desenvolvimento humano e social, pois como afirma Kay (1996) o “valor agregado” é a medida-chave para o sucesso empresarial. Os investimentos feitos para que se realizem as atividades sociais são reinvestidas à medida que as práticas tornam-se conhecidas pela sociedade.

As ações de RSE não devem partir apenas da alta administração, mas de todos os funcionários, até porque cada vez mais o debate de uma sociedade eco eficiente tem despertado a atenção de todos. Como afirma Karkotli (2007, p.45) “[...] a responsabilidade social é uma nova estratégia para aumentar o lucro e potencializar o desenvolvimento das empresas”.

Uma organização deve analisar se realmente está buscando dentro de seus valores, cultura, missão e visão, ou seja, na política empresarial social, a responsabilidade social corporativa.

Os benefícios que a responsabilidade social traz para a empresa que investe nessa prática são evidenciados pela pesquisa realizada pelo Instituto Ethos, e refletiu que 71% dos entrevistados em 2004 declararam que pagariam mais por produtos fabricados por empresas que destinassem parte dos seus lucros para projetos sociais. A mesma pesquisa indica que 46%

dos consumidores brasileiros sentem-se mais estimulados a comprar produtos de empresas que contratam pessoas portadoras de necessidades especiais (INSTITUTO ETHOS, 2004).

Dessa forma, ratifica-se a relevância da empresa investir em ações responsáveis, pois demonstrará a sociedade esse caráter de contribuição para um mundo mais igualitário e como contrapartida obtém o acréscimo nos lucros.

Ashley et al (2003) apud revista de administração contemporânea (2007, p.6-7) relatam que:

A responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente de modo amplo, ou a alguma comunidade de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.

Como visto, a responsabilidade social é um compromisso assumido pela empresa que traz benefícios a sociedade através de ações desenvolvidas por ela em qualquer área de atendimento. Para tanto, as atitudes da empresa são para sociedade bem como a sua prestação de contas.

Já na concepção de Srour (1998) apud revista administração contemporânea (2007), uma empresa socialmente responsável mantém parceria efetiva com clientes e fornecedores, gerando produtos de qualidade e assegurando durabilidade, confiabilidade e preços competitivos.

O termo responsabilidade social engloba uma série de quesitos que vão além da criação de meios assistenciais aos clientes, a exemplo de uma campanha que beneficie crianças carentes; empresa socialmente responsável busca a constante satisfação de seus clientes e um bom relacionamento com fornecedores, busca práticas saudáveis na criação de produtos, institui meios de qualidade de vida a funcionários, enfim, procura diferenciar-se pelo bom atendimento prestado e benefícios gerados.

Por fim, conforme observado o termo responsabilidade social é vasto e pode ser trabalhado através de muitas formas. É relevante perceber que esse tema atualmente tem ganhado muita força e que a aquisição de práticas sociais enriquece a empresa em sua totalidade.

2.2 A Responsabilidade Social no Brasil

A globalização acelerou todo o processo econômico dos países no mundo inteiro fazendo com que as pessoas e os ambientes empresariais busquem sempre o aperfeiçoamento das atividades como forma de manter-se ativo no mercado. Por outro lado, essa exigência gerou um clima empresarial e trabalhista instável fazendo crescer a necessidade de políticas públicas que venham intervir nos eventos negativos gerados pelos efeitos da globalização.

Seguindo esse raciocínio, Kozlowkki (2009) traçou um perfil sobre o conceito e o objetivo da responsabilidade social:

Responsabilidade Social diz respeito ao crescimento sustentável. É você produzir, sem poluir. É você respeitar todo o conjunto da obra Divina, já que crendo ou não no Criador existe criação e criatura. É você respeitar e implantar o que em hebraico traduz-se em "Tsedaka" – Justiça Social. Então, é a implantação da justiça social através de geração de empregos, apoio financeiro, logístico e cultural, aos menos favorecidos de uma forma que eles possam se resolver economicamente resgatando a sua dignidade e cidadania.

Conforme o exposto, o conceito de responsabilidade social está intimamente relacionado com o crescimento sustentável. Um país para crescer deve ter em suas políticas públicas ações sociais responsáveis que venham atender a população que dela necessite.

Sabe-se que até meado dos anos 30, a responsabilidade social e acesso à informação empresarial eram desconhecidos pelas grandes corporações. O senso comum dizia que o papel da empresa deveria ter acesso limitado para proteger o patrimônio dos sócios (SERPA & FORNEAU, 2007).

Conforme observado, até a década de 30 a visão do mundo era que as corporações existiam para manter o patrimônio de empresários e sócios. A empresa serviria apenas para seus criadores acumulassem riquezas, desenvolverem-se e atendessem as suas necessidades.

Ainda segundo o site responsabilidadesocial.com, a crescente demanda por "accountability" empresarial vinda de países europeus, países como a França, através da criação do "bilan social" em 1972, e Reino Unido, com o pacote instrumental do "Corporate Report" em 1975, seriam pioneiros na "contabilidade social" de empresas. Tal prática, aos poucos, seria adotada mundialmente em paralelo ao crescimento do poder de aferição e cobrança típicas da imprensa investigava moderna.

Nota-se que, os primeiros passos acerca da temática em questão surgiram nos países europeus que desenvolveram e preocuparam-se, primeiro com o *accountability* e em seguida com a contabilidade social.

No Brasil, Segundo Bomeny (2003, p.02), a década de 90 constituiu em um marco no crescimento e no adensamento de investimentos na área da responsabilidade social com a mobilização do setor privado em ações de caráter público.

E foi apenas na década de 90 que o Brasil mobilizou-se acerca da temática responsabilidade social, com anos de atraso. Salienta-se, no entanto, que esse marco é relevante para a história do país, pois o setor privado começa a desenvolver mecanismos que atendam às necessidades da população onde o Estado deixa lacunas, apesar das deficiências existentes.

Bomeny (2003, p.02) ainda acrescenta que:

O Brasil, por exemplo, em várias situações ao longo da sua história perdeu oportunidades ímpares de estar no caminho para atingir a plenitude do desenvolvimento de seu povo e do país. Essa realidade vem gerando contrastes e produzindo disparidades internas e externas. Em verdade, o Brasil econômico se distancia, e muito, do Brasil social. Isso desencadeia um desequilíbrio que o leva, paulatinamente, à sua desintegração social e explosão da violência.

Categoricamente, a autora evidenciou que o país economicamente ativo não significa dizer que possui desenvolvimento social. Pelo contrário, um país que tem grandes desigualdades sociais e poucas ações sociais gera desequilíbrios sentidos pela sociedade, como por exemplo, a violência incontrolável como observada atualmente em todas as partes do país, o desemprego desenfreado, a miséria e a pobreza, dentre outros problemas que podem ser elencados.

Finalmente, foi observado no transcórre do texto que, o Brasil começou a explorar a responsabilidade social efetivamente na década de 90 com anos de atraso. Essa demora fez com que o país perdesse grandes oportunidades de desenvolver seu povo e sua economia com sustentabilidade.

2.3 Terminologias das Entidades Sociais

Pode-se dizer que responsabilidade social trata-se do tema geral e dela surge nomenclaturas distintas para as entidades. Os empreendimentos podem atuar na causa social através das entidades do terceiro setor e a partir delas serem definidas como: entidades de cunho filantrópico, fundações, projetos sociais e organizações não governamentais (ONG). Salienta-se que, o texto retratará de forma objetiva apenas os aspectos relevantes sobre as fundações por tratar de forma específica do objeto deste estudo.

2.2.1 O que é o Terceiro setor?

O terceiro setor surgiu com o propósito de suprir às necessidades da população onde o Estado deixava as lacunas, ou mesmo, deixava de atender a coletividade como um todo.

Fernandes (1994, p.21), define o Terceiro Setor como:

Aquele formado por organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas pela ênfase na participação voluntária, num âmbito não governamental, ou seja, o terceiro setor vem em atendimento às necessidades da coletividade através da prática de doações.

O trabalho das entidades que possuem esse caráter baseia-se na participação voluntária e na doação. Salienta-se que o trabalho é desenvolvido com a ação direta da comunidade e não possui intervenção governamental para o desempenho das atividades.

Já Carrion (2000) apud Martins e Anjos (2008) é mais abrangente quanto a sua definição, de acordo com seu conceito, o Terceiro Setor compreende a organizações que vão desde as entidades sem fins lucrativos, instituições filantrópicas e fundações, aos projetos sociais ligados a empresas e, as organizações não-governamentais – ONG, dentre outras.

Todas as instituições que atuam em causas de responsabilidade social seguem de uma forma ou de outra a uma definição específica. É importante ressaltar que a atuação na causa social não se limita apenas as entidades que não tenham a finalidade de lucro, e sim a todas que se interessa em promover ações sociais para a sociedade.

Segundo o manual de procedimentos contábeis para fundações e entidades de interesse social (2008, p.23), o terceiro setor, composto pelas entidades de interesse social, apresenta as seguintes características básicas:

- Promoção de ações voltadas para o bem estar comum da coletividade;
- Manutenção de finalidades não lucrativas;
- Adoção de personalidade jurídica adequada aos fins sociais (associações e fundações);
- Atividades financiadas por subvenções do primeiro setor (governamental) e doações do segundo setor (empresarial, de fins econômicos) e de particulares;
- Aplicação de resultado das atividades econômicas que porventura exerça nos fins sociais a que se destina;
- Desde que cumpra requisitos específicos, é fomentado por renúncia fiscal do estado.

É interessante salientar que, as características das entidades que investem no social abrangem a todas indistintamente e independentemente da nomenclatura que a mesma possui. O que é importante para essas entidades, principalmente aquelas que têm a finalidade lucrativa e que dentro dela desenvolve ações sociais, é o fato de separar as finalidades, ou seja, o conquistado e adquirido para a sociedade deve ser reinvestido na própria entidade. A entidade também deve ser fiel no cumprimento de suas obrigações com relação à transparência das informações para todos que se interessar por ela.

2.3.2 Fundação

As fundações podem ser feitas a partir de pessoas e estas podem determinar parte de seu patrimônio pessoal para construí-la. Salienta-se que, desse momento em diante o patrimônio pertence ao poder público e suas ações são voltadas para promover ação social.

Nesta perspectiva Guimarães (2004, p.1) enfatizou o conceito de fundação:

As Fundações são pessoas jurídicas que se constituem a partir de um patrimônio destinado a um determinado fim. Deve-se avaliar desta feita, que as Fundações, assim como todas as pessoas jurídicas, são resultados da

evolução histórica e social humana que avançou da mera perspectiva individual de identidade jurídica para uma perspectiva abstrata e coletiva, de uma entidade distinta dos indivíduos que a constituem, coexistência material e jurídica próprias.

O autor elencou que a fundação é feita a partir de um patrimônio constituindo uma pessoa jurídica e para um fim determinado. Salienta-se também que, a fundação uma vez criada distancia-se definitivamente do patrimônio pessoal de seu doador e sua característica marcante é o atendimento indistinto a comunidade.

Dessa maneira, as fundações podem ter dois caracteres. O primeiro consta aqueles meramente públicos em que possuem personalidade jurídica de direito público, sem fins lucrativos e que desenvolvem atividades que merecem amparo legal por tratar de atividades de interesse público como: saúde, educação, pesquisa, dentre outras existentes. Salienta-se também que, este tipo de entidade para que funcione necessita de autorização legislativa, criada mediante lei e regulamentada por decreto (CGU, 2002).

Já o segundo caráter, é uma entidade jurídica de caráter privado, sem finalidade lucrativa, criada em virtude de autorização legislativa, para o desenvolvimento de atividades que não exijam execução por órgãos ou entidades de direito público, com autonomia administrativa, patrimônio próprio gerido pelos respectivos órgãos de direção, e funcionamento custeado por recursos da União e de outras fontes (CGU, 2002).

A diferença entre as naturezas jurídicas das fundações está no fato de uma ter a origem criada pelo ente governamental, enquanto a outra, pessoas (grupos) ou empresas privadas determinam um bem ou patrimônio destinado para a criação da fundação. Salientando que, a empresa que doa para a formação da fundação o bem fica pertencendo a União e tudo quanto ela criar será reinvestido para sua manutenção e no caso de falência o seu valor patrimonial será passado para outra fundação.

Nesta perspectiva e de acordo com o IBGE (2004, p.10):

No caso brasileiro, a participação da sociedade civil organizada ganha maior evidência a partir de meados da década de 1980, quando se inicia o processo de redemocratização do País depois de mais de 20 anos de ditadura militar. O marco dessa transição é a Constituição Federal promulgada em 1988, que traz em seu texto e em suas leis complementares boa parte da arquitetura institucional que regula hoje a sociedade brasileira. A partir desse período e, especialmente, ao longo dos anos de 1990, crescem no País diversos tipos de arranjos entre Estado e organizações da sociedade na implementação e naco-gestão de políticas públicas, particularmente, as de caráter social.

Conforme o enunciado, o marco da história registra o Brasil desde a época pós-ditadura militar com iniciativas do trabalho social, mais especificadamente com promulgação da CF/88 este trabalho ficou mais evidente.

Segundo IBGE (2004, p.23), em 2002, o país contava com 276 mil fundações privadas e associações sem fins lucrativos (FASFIL) e este conjunto de instituições representava 55% do total das 500 mil entidades sem fins lucrativos no Brasil constante do Cadastro Central de Empresas – CEMPRE.

A pesquisa deixa evidente o crescimento da iniciativa privada no país desde a sua criação até o início do séc. XX. Demonstra também que o resultado traz satisfação e mostra a evolução do Brasil rumo ao seu desenvolvimento sustentável a partir de iniciativas que procuram minimizar as lacunas deixadas pelo setor público, trabalha na inclusão social, cria oportunidade de emprego e renda, dentre outros benefícios que podem ser enumerados. A tabela a seguir elenca a distribuição de fundações e associações sem fins lucrativos bem como do pessoal empregado levando-se em consideração a data de criação.

Data de criação	Distribuição			
	Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos		Pessoal ocupado assalariado	
	Absoluta	Relativa (%)	Absoluta	Relativa (%)
Total	275 895	100,00	1 541 290	100,00
Até 1970	10 998	3,99	523 520	33,97
De 1971 a 1980	32 858	11,91	387 765	25,16
De 1981 a 1990	61 370	22,46	261 887	16,99
De 1991 a 2000	139 187	50,45	327 783	21,27
De 2001 a 2002	30 882	11,19	40 335	2,62

Tabela 1 Distribuição das fundações e associações sem fins lucrativos e do pessoal ocupado assalariado, segundo a data de criação- Brasil-2002.

Fonte: IBGE, diretoria de pesquisas, cadastro central de empresas- 2004.

De acordo com o demonstrado, até 1970 o número de fundações criadas chega a 275.895 e desse total, 1.541.290 pessoas conseguiram oportunidade de trabalho a partir destas iniciativas. Outro ano que teve relevância, de acordo com o exposto na tabela, foi o período que intermediou 1991 a 2000 com um número representativo de 139.187 mil fundações e associações criadas e com 327.783 mil pessoas empregadas.

A partir do demonstrado, pode-se perceber que a tabela evidenciou o crescimento constante dessas entidades com o passar dos anos e as oportunidades de emprego e renda gerados advindos das atividades desenvolvidas por elas.

Ainda de acordo com a mesma pesquisa, as organizações que atuam, prioritariamente, na área de assistência social representam a proporção de 26% das FASFIL e desse total abrem 23% de oportunidade de emprego. Estão aqui incluídas as entidades voltadas para o atendimento de grupos específicos da população (crianças, adolescentes infratores, idosos, pessoas com deficiência, dentre outros). No entanto, observa-se que pouco mais da metade (58%) corresponde a centros e associações comunitárias, religião e defesa dos direitos; (8%) das entidades atuam na saúde e em pesquisa (IBGE, 2004, p.32).

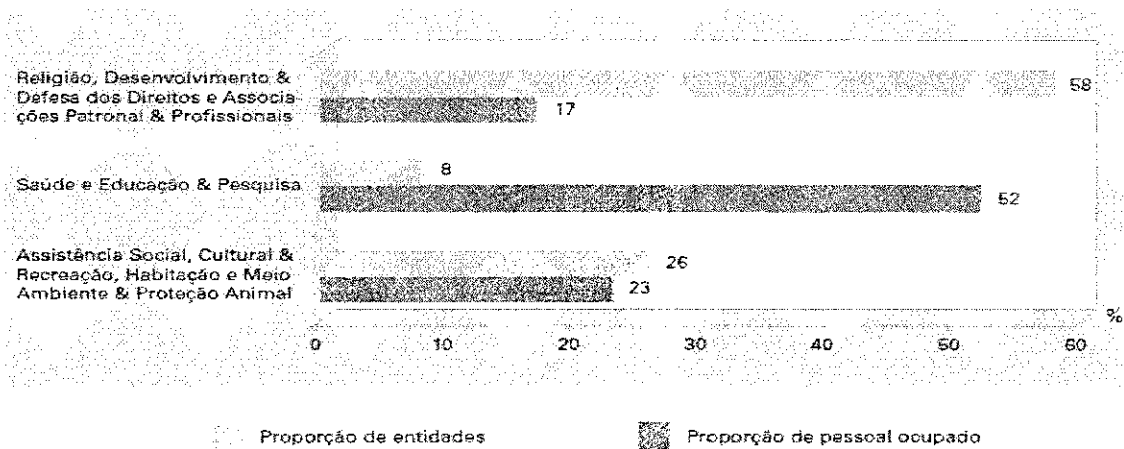


Gráfico 1 Distribuição percentual das fundações privadas e associações sem fins lucrativos FASCIL, por área de atuação - Brasil - 2002.

FONTE: IBGE, diretoria de pesquisas, cadastro central de empresas 2004.

Nota-se que, o maior índice de desenvolvimento das organizações encontra-se no setor que investe em ações religiosas, associações patronal e profissional, porém apesar de ser significativo o número de instituições criadas neste setor ele não apresenta um índice significativo na criação de emprego para a sociedade. Em contrapartida, o setor educacional, seguidos da pesquisa e saúde é o que apresenta menos instituições criadas sob forma de fundação ou associação, porém possui alto índice de empregabilidade. Já a assistência social apresenta índices equilibrados de criação e empregos gerados. Diante do exposto, pode-se perceber que os três setores de atuação são relevantes para a formação de um país mais igualitário e que o investimento nessas áreas será benéfico pra a população bem como para o desenvolvimento do país.

2.3.3 Empresas Socialmente Responsáveis

A responsabilidade social das empresas tem sido um dos temas mais discutidos na atualidade. Esse fato deve-se as mudanças, ou mesmo, as consequências advindas do processo acelerado e desenfreado da automação. Dessa maneira, e Analisando Sobre o relato de Santos (2001, p.2) temos que:

A empresa socialmente responsável consegue criar métodos, planos e incentivos para que interna e externamente ela seja identificada e destacada como uma empresa-cidadã e isto é perceptível, através dos consumidores, ou seja, através da comunidade onde a dada Empresa situa-se, pois muitos adquirem produtos onde a fornecedora esteja engajada no processo de responsabilidade social, mas se isto não for aspirado pela Instituição ou Empresa promotora deste processo, corre-se o risco de criar uma situação de animosidade entre o consumidor e a referida Empresa, ocasionando ponto negativo no mercado competitivo em que a referida organização está devidamente inserida.

Pode-se afirmar que o processo evolutivo através da globalização não apenas modernizou o contexto em que as empresas estão inseridas, mas as pessoas também tiveram que se adequar à nova realidade. E através dessas mudanças a sociedade que vive em constante aprendizado tornou-se pessoas objetivas e conscientes em investir em empresas que cuidem do meio ambiente e das relações interpessoais.

Já segundo a concepção Melo Neto e Fróes (1999, p.102) a responsabilidade social de uma empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce.

A empresa socialmente responsável procura desenvolver projetos que beneficie determinadas populações ao acesso em educação, saúde, qualificação profissional dentre outras existentes e agir diretamente onde o poder estatal falha. Essa colaboração também pode ser trabalhada dentro da própria empresa, propiciando trabalhos para seus funcionários e gerando bem estar na própria sede de trabalho.

Seguindo esta óptica, recente pesquisa divulgada pela ADVB (Associação de Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil) citada por Melo Neto e Fróes (2001, p.79) identificou que as grandes empresas escolheram investir em educação como principal foco de suas ações sociais. É o caso do Bradesco, da Belgo Mineira, Unimed, Companhia Siderúrgica Nacional, Weg e Inepar.

Diante do constatado, percebe-se que as ações sustentáveis estão acelerando no país a cada dia e estão procurando intervir nas ausências deixadas pelo governo. Diante desse contexto, é visível o crescimento da empresa uma vez que se tornam responsáveis pelo desenvolvimento de seu país e passa a ser enxergada pela sociedade como uma empresa ética e que seus objetivos não visam apenas o seu crescimento.

2.4 A Contabilidade e a Responsabilidade Social

Como é sabido, a responsabilidade social busca minimizar os efeitos não assistenciais do Estado para com a sociedade.

Dessa maneira, para Patrícia Ashley, a Responsabilidade Social pode ser definida como:

Compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas as suas atividades, mas que possam contribuir para o Desenvolvimento Sustentável dos povos. Assim, numa visão expandida, Responsabilidade Social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade (ASHLEY, 2003, p.6).

A responsabilidade social é tida como um dever a ser prestado pela empresa a sociedade de forma direta, ampla ou específica, mas que seus efeitos sejam positivos no que se refere a contribuição de melhoria na qualidade de vida de todos os envolvidos.

Segundo Bowen (1957) apud Aragão (2010, p.15), cinco são os tipos de públicos que podem ser beneficiados com a Responsabilidade Social: funcionários, clientes, fornecedores, competidores e outros que de alguma maneira tenham algum vínculo com a empresa (definição que contempla o conceito moderno de *stakeholders*).

Segundo o autor, o público que se beneficia com as práticas da responsabilidade social vão desde o funcionário que trabalha na instituição até aqueles que tenham algum tipo de vínculo com a entidade. De forma geral, o atendimento serve para todos, mas a empresa passa a preocupar-se bem mais com aqueles que executam as tarefas diárias na empresa.

A contabilidade é a ciência que cuida das mutações do patrimônio. Possibilitando a análise das suas contas e dando oportunidade para traçar metas de curto, médio e longo prazo.

Segundo a Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis (FIEPECAFI, 2000, p.42) o trabalho contábil teve início:

O surgimento da contabilidade deu-se num cenário social, econômico e institucional denominado de primitivo, que se caracterizava por: entidades comerciais e industriais em estágio embrionário, com empreendimentos de duração limitada, cuja figura central da ação empresarial era o proprietário e não a entidade, com mercados perfeitamente delimitados e preços relativamente estáveis, havendo poucos avanços tecnológicos, na qualidade e nas características dos produtos.

De maneira geral, a contabilidade iniciou-se timidamente e limitada. No entanto, as obras efetuadas ali eram méritos de seus empresários e não do empreendimento em si. Pode-se dizer que essas práticas eram informais e sem o uso de tecnologia alguma.

Pesquisadores afirmam que há registros de contabilidade rudimentar 4.000 anos antes de cristo, ou seja, esta afirmação leva-nos a refletir que a ciência é tão antiga quanto o surgimento do homem e que com o passar dos anos ela se desenvolveu acompanhando todos os marcos importantes da história e o processo evolutivo econômico e social. Hoje a contabilidade é uma ciência indispensável na vida empresarial e pessoal dos seres humanos.

Levando-se em consideração à temática social presente nesse estudo, a contabilidade segundo Glautier apud Padoveze (2000, p.114) afirmam:

Atualmente está se iniciando uma nova fase da contabilidade, a Contabilidade da Responsabilidade Social, seu surgimento se deu principalmente em função do processo de revolução social em que nos encontramos e do conceito de responsabilidade social. Nesse processo, alargou-se o escopo da contabilidade agregando-se a seus diversos objetivos, o de mensurar e apresentar os efeitos sociais das decisões da empresa, além de seus efeitos econômicos.

Como observado, o conceito da contabilidade voltada para atender as necessidades da responsabilidade social ainda é novo. De fato, neste novo cenário agrega em seus objetivos a mensuração e análise dos dados para poder demonstrar os efeitos sociais que as decisões podem afetar.

No entanto, Santos (1999) apud Silva e Moura (2002, p.3) salienta ainda que:

A contabilidade passou a ter relevância no cenário econômico como um todo, deixando de ser instrumento importante apenas no auxílio prestado no cálculo e identificação dos valores que servem como base para recolhimento dos impostos, análise para concessão de crédito ou pagamento de dividendos, e com isso começa a ocupar espaço bastante importante nas relações sociais.

Como todo processo evolutivo passa por mudanças, a contabilidade enquanto ciência social aplicada, também se modifica com as exigências dos mercados. Ela hoje ocupa um espaço diferenciado que busca demonstrar, além do lucro empresarial, formas de prestação de contas à sociedade diante das ações sociais realizadas pela empresa. Neste contexto, percebe-se que, a sociedade globalizada acompanha todos os efeitos que esse sistema trouxe ao mundo, isto quer dizer que, as pessoas estão mais exigentes e conscientes do papel da empresa diante de diversas questões como: meio ambiente, solidariedade, ações de desenvolvimento sustentável, dentre outras; então é interessante que na cultura organizacional a empresa elenque mecanismos que demonstrem sua participação ativa diante de questões globais. No entanto, salienta-se que, essas ações promovem o crescimento da entidade que a realiza e não apenas despesas e custos adicionais.

Iudícibus (2000, p.28) acrescenta ainda que “o objetivo principal da Contabilidade (e dos relatórios dela emanados) é fornecer informação econômica relevante para que cada usuário possa tomar suas decisões e realizar seus julgamentos com segurança”.

A contabilidade visa fornecer informações aos usuários para que estes possam realizar julgamentos com segurança. Isto implica dizer que os dados ali contidos devem ser fiéis a realidade empresarial e possuir relevância diante do cenário econômico na qual esteja inserida.

2.4.1 Contabilidade social

Conforme observado a contabilidade é uma ciência que modifica-se de acordo com as exigências de seu meio. Diante dessa vertente a ciência contábil está adequando-se à responsabilidade social.

Segundo a concepção de Mathews e Perera (1996, p.375) apud Santana (2004, p.5):

O relacionamento normal da contabilidade com a sociedade e com as mudanças sociais é o de uma atividade de serviços que reage à mudança, não aquele de um sistema de execução de políticas que é proativo e com iniciativas de mudanças. Conseqüentemente, a contabilidade - como uma disciplina que se expande - e a área da contabilidade social estão se desenvolvendo apenas vagarosamente. Se a sociedade indicar, por meio de um processo político, um desejo de mudanças mais rápidas nas práticas de evidênciação, a contabilidade responderá a elas.

Em linhas gerais, a contabilidade é uma ciência que tem um tratamento direto com a sociedade, ou seja, os dados elencados por ela interagem diretamente com a sociedade, ou pelo menos, quem se interessa por ela. Dessa maneira, ela busca adequar-se as modificações dos tempos. O tema é relativamente novo e passa por ajustes, mas principalmente necessita de interesse na temática para que ela possa adequar-se as necessidades de seus usuários.

Ainda segundo Santana (2004, p.05) A contabilidade social é um dos ramos mais novos da contabilidade. Surgido entre os anos 1960 e 1970, é, ainda, objeto de muita controvérsia, vez que seus conceitos e campo de atuação ainda não estão perfeitamente consolidados e, por vezes, delineados.

Conforme o exposto, essa ramificação da contabilidade ainda é recente. Saliencia-se que o termo responsabilidade social no Brasil também foi tratado com anos de atraso, comparando-se com outros países. Este fato reflete de forma direta na forma de desenvolvimentos de estudos, conceitos e prática nas empresas.

O mesmo autor, Mathews e Perera (1966, p. 377-378) apud Santana (2004) ainda acrescentou, a contabilidade social compreende as atividades associadas a: Contabilidade da Responsabilidade Social (CRS), Contabilidade de Impacto Total (CIT), Contabilidade Socioeconômica (CSE), Contabilidade de Indicadores Sociais (CIS) e Contabilidade *Societal* (CS). O quadro 1, a seguir, resume essas abordagens.

Abordagens	Proposta	Área de uso	Escala de tempo	Áreas Associadas
Responsabilidade social	Evidenciação de itens individuais que têm impacto social	Setor privado	Curto prazo	Demonstrações aos empregados, cont. de recursos humanos, cidadania corporativa, balanço social
Impacto Total	Mensuração do custo total (público e privado) do funcionamento de uma organização	Setor privado	Médio e longo prazo	Planejamento estratégico, análise custo-benefício, contabilidade ambiental
Sócio-Econômica	Avaliação aberta de projetos envolvendo medidas financeiras e não-financeiras	Setor público	Curto e médio prazo	Análise de custo-benefício, sistemas de orçamento programa, orçamento base-zero, indicadores institucionais de performance
Indicadores Sociais	Quantificação não-financeira de estatísticas sociais em longo prazo	Setor público	Longo prazo	Contabilidade nacional e estatísticas censitárias
Societal	Tentativa de estender a contabilidade em termos globais – Cobre e agrega as outras abordagens	Ambas	Todas	Teorias de sistemas, megatendências da contabilidade

QUADRO 1. Características das abordagens da contabilidade social
 Fonte: Matheus e Perera (1996,p.379) apud Santana (2004)

Conforme evidenciado no quadro 1, a responsabilidade social busca evidenciar itens individuais, ou seja, a empresa trabalha de forma isolada em uma determinada função que pode ser melhoria para com o tratamento de funcionários, atividades relaxantes em ambientes de trabalhos, a criação de creches, atendimento médico, entre outras. O seu impacto é mensurado a médio e longo prazo e leva em consideração o custo total do funcionamento da organização. Na terceira abordagem, a empresa avalia projetos envolvendo medidas financeiras e não financeiras. Em seguida a empresa abordará os indicadores sociais que visam a quantificação não financeira das estatísticas em longo prazo. E por último vem à abordagem *societal*, que busca estender a contabilidade em termos globais e engloba as demais abordagens.

Em linhas gerais a contabilidade social busca evidenciar o resultado da empresa com foco no social.

2.4.2 Objetivos da contabilidade

É de conhecimento de todos que a contabilidade gera informações acerca do desempenho financeiro dos empreendimentos. Dessa maneira, ela procura auxiliar o gestor, administradores, acionistas a tomada de decisão.

A FASB - Financial Accounting Standards Board apud Crepaldi (2008) - no conceito n.º 1 estabelece os objetivos básicos do relatório financeiro externo para empresários como segue:

- ✓ Relatório financeiro deve fornecer informações que sejam úteis para investidores potenciais presentes e credores e outros usuários do investimento racional, crédito, e decisões semelhantes;
- ✓ Deve ser observado que o objetivo é manter a função histórica da contabilidade. Como se viu, toda a contabilidade tem sido receptiva às necessidades de seus usuários. Ela é como a APB – Accounting Principles Board - observou uma “atividade de serviço”. Fornecer informações aos usuários é a razão de ser da contabilidade. Como as condições econômicas e sociais mudam, e surgem novos conhecimentos e tecnologias, as demandas de usuários para informações “úteis” podem ser esperadas. Os contadores devem sempre estar amoldando a enxada, mantendo-se a par com as necessidades dos usuários, e lutando para aumentar a qualidade da informação fornecida. Se o conteúdo informacional dos dados da contabilidade estiver faltando, os usuários procurarão outras fontes.
- ✓ O objetivo é estabelecido em termos de três divisões que serão analisadas na seguinte ordem: informação para tomada de decisões, os usuários das informações, e informação que seja útil.

Como observado, a contabilidade visa fornecer informações de caráter financeiro, que sejam úteis, para aqueles que delas precisem e se interessem direta ou indiretamente. Outro ponto observado pela FASB é o fato de a contabilidade deve manter a função histórica que é servir ao usuário, isso significa que a contabilidade tem o dever de acompanhar as evoluções dos tempos e tecnologias para atender a sua função informatizadora. Já no terceiro ponto, resume as demais observações resumindo a contabilidade como sendo responsável pela geração de informação para a tomada de decisão pelos usuários dessas informações e que estas sejam úteis, ou seja, para a contabilidade não é importante gerar dados se eles não possuírem relevância para o gerenciamento das empresas.

No entanto, percebe-se que a contabilidade por vezes foge de sua função como ratifica Cesare (2009), quando relata os principais problemas da contabilidade em relação a situações vividas principalmente pelas empresas especialmente aquelas de menor porte. Segundo o autor a contabilidade é desviada de sua função quando é direcionada a atender excepcionalmente as exigências fiscais que o Estado impõe e deixando de lado o caráter assessorial para a tomada de decisão. Depois, pode-se dizer que nem sempre a contabilidade realizada nos escritórios condiz com a realidade empresarial, isto porque, muitas vezes o empresário por ausência de conhecimento omite dados, valores e bens adquiridos. Outro fato relevante é fato que o empresário ao investir em um negócio possui conhecimento acerca da produção e pouco ou nenhum conhecimento de contabilidade financeira para entender relatórios

contábeis. O autor ainda elenca que o empresário pode desconhecer totalmente o a situação financeira de sua empresa bem como o grau de endividamento. E por fim, muitas vezes o pequeno empresário julga o auxílio dos profissionais contábeis como um mal necessário.

O texto reproduz a realidade e as dificuldades dos profissionais em aplicar devidamente as informações contábeis, uma vez que o empresário muitas vezes omite informações para evitar pagar impostos altos, remunerar melhor trabalhadores e o profissional contábil, dentre outros fatores. Por outro lado, a contabilidade deixa de exercer a sua função e propiciar a empresa um entendimento e controle de todos os atos e fatos ocorridos na entidade.

Já na concepção de Ludicibus, Marion, (2000, p.53) As informações contábeis podem ser de natureza econômica, financeira, física, de produtividade e social, visando atender tanto aos usuários internos como externos à contabilidade.

É interessante perceber que a contabilidade e as suas informações servem para atender as necessidades informacionais da empresa bem como serve para mostrar a situação patrimonial da mesma para os interessados. O ponto chave de sua eficácia consiste em propiciar um feedback entre o escrito e o seu usuário. Dessa forma, não basta simplesmente elaborar relatórios financeiros, gerencias e de custos; pois se eles não forem entendidos e interpretados, aplicados na empresa, corrigidos quando necessário a sua função não será atingida.

Salienta-se, portanto, a importância da atuação do profissional contábil para entendimento, análise e interpretação de tais demonstrativos; pois é do conhecimento dos profissionais da área que tais informações são de difícil entendimento para aqueles que não possuem um conhecimento mínimo da área.

No entanto, os profissionais contábeis estão cada vez mais sufocados com as constantes mudanças das legislações e exigências fiscais que se limitam quase que exclusivamente a elas, tal qual apresenta Marion (1998, p.28) quando menciona que: A função básica do Contador é produzir informações úteis aos usuários da Contabilidade para a tomada de decisões. Ressalte-se, entretanto, que, em nosso país, em alguns segmentos da nossa economia, principalmente na pequena empresa, a função do contador foi distorcida (infelizmente), estando voltada exclusivamente para satisfazer às exigências do fisco.

De fato, a contabilidade é o instrumento capaz de indicar os caminhos certos para o sucesso. Dessa maneira, ela torna-se indispensável para uma boa administração. Contudo, deve-se atentar que a contabilidade por si só não produz efeito, é necessário o engajamento dos profissionais e interessados para aplicá-la na empresa com o propósito de produzir efeitos positivos para a entidade.

Salienta-se que essas informações devem ser relevantes, úteis e dadas em tempo hábil como visto em citações anteriormente elencadas neste tópico.

2.4.3 Balanço social

Após evidenciar a responsabilidade social das empresas, faz-se necessário demonstrar a necessidade de elaboração e divulgação do balanço social. Salienta-se que é uma ferramenta importante para acompanhar o desempenho econômico e social dos empreendimentos que essa ferramenta traz benefícios para a empresa em sua totalidade bem como para a sociedade que terá a possibilidade de acompanhar o desempenho deste empreendimento.

2.4.3.1 Balanço social como estratégia reguladora da responsabilidade social das empresas

O balanço social é o instrumento que permite a empresa mostrar o seu trabalho dentro e fora da empresa, ou seja, como ela trabalha na motivação e benefícios para com seus colaboradores, e externamente quais benefícios em forma de ação social são desempenhados pela mesma a sociedade. Mais além de um mecanismo que busca demonstrar o seu trabalho, o balanço social possibilita que a empresa, com gestos simples, conquiste mais clientes e interessados a investir no empreendimento. Também, pode ser visto como uma ferramenta que regula as ações da empresa para com a sociedade.

Dessa forma, para Kroetz, (2000, p.42) apud Aragão (2010,p.11) ex-presidente da Singer Francesa, primeira empresa a produzir o Balanço Social, declarou que:

Os resultados da empresa dependem cada vez mais da eficiência e da motivação de todos que nela trabalham. O lucro continua indispensável para a nossa sobrevivência, mas não deve mais constituir nossa única finalidade; a ele é imprescindível que se somem objetivos de ordem humana, como a satisfação dos assalariados e dos clientes e a proteção e a melhoria do ambiente.

O balanço social tem por objetivo maior a elucidação dos fatos ocorridos na empresa. A partir dele, a sociedade tem a oportunidade de conhecer as atitudes realizadas pela empresa. O autor foi enfático quando declarou que: “o lucro continua indispensável para a sobrevivên-

cia da empresa, mas não deve mais constituir como única finalidade”, ou seja, as atitudes tomadas pelo empreendimento com ações de responsabilidade social não devem ocupar a totalidade das atividades, pois assim agindo não se gerará lucro; mas a empresa deve agir com foco no atendimento e qualidade voltados a beneficiar funcionários, clientes e a sociedade como todo.

Ainda segundo a concepção de Kroetz, (2000, p.55) apud Aragão (2010, p.12), o Balanço Social: “representa a expressão de uma prestação de contas da empresa à sociedade em face de sua responsabilidade para com a mesma”.

A empresa demonstrará em seu balanço todas as atividades desenvolvidas em um determinado período. Assim procedendo à sociedade interessada bem como acionistas, credores e sócios poderão acompanhar de perto como o empreendimento investe seus recursos financeiros e qual a parcela desse recurso é implementado em ações voltadas para a responsabilidade social.

Já conforme o entendimento da GESET - Gerência de Estudos Setoriais do BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. O Balanço Social pode ser definido como:

É o nome dado à publicação de um conjunto de informações e de indicadores dos investimentos e das ações realizadas pelas empresas no cumprimento de sua função social junto aos seus funcionários, ao governo e às comunidades com que interagem, direta ou indiretamente. Dessa forma, o balanço social é um instrumento de demonstração das atividades das empresas que tem por finalidade conferir maior transparência e visibilidade às informações que interessam não apenas aos sócios e acionistas das companhias, mas também a um número maior de atores: empregados, fornecedores, investidores, parceiros, consumidores e comunidade (GESET, 2000).

À medida que a empresa elabora o Balanço Social, ela tem a oportunidade de mostrar-se a sociedade com a devida transparência e que em seus resultados elenquem não apenas informações financeiras que chamem a atenção de investidores, mas também possa estar contido o benefício que a mesma proporciona a seus funcionários, clientes, parceiros e investidores.

Publicar o balanço social é transformar a visão tradicional em que a empresa poderia produzir e obter lucro, sem ter a preocupação com a satisfação de sua força de trabalho e com a sociedade, para uma visão moderna em que os objetivos da empresa agregam sua responsabilidade social (SILVA & FREIRE, 2001).

O balanço social possui uma visão modernista que amplia o leque de pessoas que podem ficar a par dos acontecimentos financeiros da empresa bem como poder exigir correções caso ocorra alguma má fé. Pode-se afirmar que o balanço social é meio que regula as atividades financeiras, econômicas e sociais da empresa.

Conforme Kroetz (2000), através da influência da globalização, de pessoas mais conscientes e investidores mais exigentes e preparados no mercado, fazem com que as empresas anunciem suas demonstrações sociais e financeiras com mais transparência e qualidade mostrando aspectos qualitativos do patrimônio e, ao mesmo tempo, sua preocupação com o bem-estar social e o meio ambiente.

É uma realidade marcante da era globalizada, a informação veiculada nas mídias de forma rápida, e como consequência a esse fato a sociedade hoje tem mais oportunidade de acesso ao conhecimento tornando-os mais exigentes e conscientes de suas atitudes e dos bens adquiridos. Diante deste fato, é relevante que a empresa apresente seu balanço social para poder demonstrar o seu comprometimento com a sociedade e com as ações sociais.

Notório são os benefícios financeiros, conceituais e econômicos que a publicação do balanço social pode trazer a empresa. Para tanto, em virtude desse fato o conselho regional de contabilidade em sua NBC T 15 que trata das informações de natureza social e ambiental entendeu ser relevante a empresa elaborar e divulgar seus demonstrativos com foco no social para poder haver avaliações, comparações entre períodos. Dessa maneira, de acordo com o art. 2º a partir de 2006 o balanço social foi tornado obrigatório (BRASIL, NBC T 15, 2004).

2.4.3.2 Usuários do Balanço social

De fato, o balanço social é um instrumento de transparência da empresa. Assim sendo, a sociedade e interessados no empreendimento podem ter acesso a suas informações. Salienta-se que é um relatório anual que evidencia tudo que aconteceu naquele ano sobre a economia e as ações sociais desenvolvidas.

Seguindo este raciocínio, Tinoco (2001), afirma que a ciência contábil tem a necessidade constante de obter conhecimento e ferramentas para propiciar aos usuários da informação respostas concisas e contabilizar com eficácia os recursos humanos, entendendo as neces-

sidades que esses recursos têm para os empreendimentos, pois sem eles não há produção, nem continuidade, nem resultados positivos, e nem ativos.

A contabilidade é uma ferramenta que busca sempre inovar para melhor atender a seu usuário. Dessa maneira, ela tenta entender as necessidades informacionais que o empreendimento possui para poder responder com fidelidade e eficácia agindo diretamente no centro do problema.

Segundo Kroetz (2000, p.84):

A Construção da Proposta do Balanço Social deve observar os requisitos solicitados pelos mais diversos usuários, ou seja, para servir como um instrumento capaz de agregar valor, causar surpresa e desencadear ações busca-se no usuário final, por meio da coleta de suas necessidades, a seleção das informações úteis e relevantes a serem divulgadas.

A contabilidade e o balanço social buscam a satisfação do usuário e o suprimento das necessidades informacionais que eles possuem. O balanço social deve ser um instrumento que agregue valor a empresa, uma vez que ele demonstrara que a entidade é socialmente responsável. Já a contabilidade deve suprir as necessidades de caráter econômicas permitindo aos usuários e interessados uma visão realista da situação patrimonial do empreendimento.

Dessa forma, Tinoco elencou as metas relevantes da contabilidade e do balanço social para os mais diversos tipos de usuários da informação, conforme demonstrado abaixo:

USUÁRIOS	METAS RELEVANTES
Clientes	Produtos com qualidade, recebimento de produtos em dia, produtos mais baratos. Cortesia no atendimento.
Fornecedores	Parceria, segurança no recebimento, continuidade.
Colaboradores	Geração de caixa, salários adequados, incentivos a promoção, produtividade, valor adicionado, segurança no emprego, efetivo.
Investidores Potenciais	Custo de oportunidade; rentabilidade; liquidez da ação.
Acionistas Minoritários	Fluxo regular de dividendos, valorização da ação; liquidez.
Gestores	Retorno sobre o patrimônio líquido; continuidade; valor patrimonial da ação; qualidade; produtividade; valor adicionado.
Governo	Lucro tributável; valor adicionado; produtividade.
Vizinhos	Contribuição social, preservação do meio ambiente, segurança, qualidade, cidadania.
Acionistas Controladores	Retorno sobre o patrimônio líquido; retorno sobre o ativo; continuidade; crescimento no mercado; valor adicionado.

Quadro 2 Usuários do balanço e da contabilidade

Fonte: Tinoco (2001, p.35)

O autor explicitou a relevância do balanço social e da contabilidade para diversos usuários. Entre eles, foi demonstrada a importância desses demonstrativos para os clientes e segundo o autor a clientela valoriza produtos com qualidade, eficiência na entrega, acessibilidade monetária aos produtos e cortesias além de observar a fidelidade com que a empresa trabalha. Pode-se observar que a empresa que quer conquistar clientes e ser bem sucedida, precisa trabalhar e muito para atender a muitas exigências. Dessa maneira, o empreendimento estando organizado será capaz de montar estratégias que beneficiem seus clientes e tragam resultados satisfatórios para o patrimônio da empresa. Por outro lado, a empresa mostrando ser transparente é bem vista e conquistará um diferencial precioso no mercado. Já para os fornecedores, a contabilidade e o balanço social serve para estabelecer parcerias, segurança no recebimento e continuidade, pois com a elaboração e divulgação do BS a empresa demonstrará a sua transparência. Aos colaboradores, é importante para geração de caixa, assegurar salários adequados, incentivos, dentre outros. Isto implica dizer que, à medida que os colaboradores são incentivados e instruídos acerca dos planos e projetos da empresa eles produzem mais e desenvolvem as atividades com objetividade. Já para os gestores a informação criada pela contabilidade e proposta pelo balanço serve para auxiliar a empresa a obter retorno sobre seu patrimônio líquido, trabalhar com qualidade, produtividade, objetividade.

Nota-se que, os usuários da informação fazendo uso da informação contábil e as econômicas e financeiras a partir do balanço social pode utilizar estes dados em ações concretas e melhorar o desempenho competitivo da empresa.

Já na concepção de Herbert de Souza (1999), o Betinho, apud Silva & Santos (2003) "o balanço social não tem donos, só beneficiários".

De maneira sucinta, Hebert elencou que o balanço produz para a empresa, sociedade, colaboradores, acionistas, proprietários, gestores, e demais usuários da informação mais benefícios do que donos. Isso porque ele é criado para que todos possam ter acesso às informações econômicas, financeiras e sociais da empresa em um único demonstrativo.

Assim sendo, Tinoco (2001, p.30) ainda acrescenta que o Balanço Social possui um duplo objetivo:

- 1) No plano legal, fornece um quadro de indicadores a um grupo social, que após ter sido apenas um simples fator de produção, encontra-se promovido como parceiro dos dirigentes da empresa;

2) No plano de funcionamento da empresa, serve de instrumento de pilotagem no mesmo título que os relatórios financeiros. Os trabalhadores encontram-se assim associados à elaboração e à execução de uma política que os liga ao principal dirigente.

O BS, simplesmente, não servirá apenas como um instrumento ético que mostrará a sociedade o seu caráter. Mas serve de orientação para os usuários que estão diretamente ligados a produção e que podem utilizar os dados produzidos para montar estratégias e traçar planos de curto até o longo prazo.

2.4.3.3 Princípios e Critérios de Elaboração do Balanço Social

Conforme observado nesse estudo, o balanço social serve para trazer a empresa para mais próximo a sociedade e mostrá-la o seu desempenho e a sua preocupação em gerar lucros, mas não de forma exclusiva. A empresa tem a oportunidade de mostrar a maneira como ela trabalha e trata seus colaboradores, o meio ambiente, como ela se preocupa diante de problemas sérios que venham a prejudicar sua região, entre outros benefícios.

Dessa forma, Segundo Tinoco (2001, p.38 e p.39), os três departamentos funcionais que participam na elaboração do Balanço Social são:

- Departamento pessoal: Este setor envolve-se com os assalariados desde sua admissão na empresa até seu desligamento. Efetua os registros de salários, controla o número de horas e dias trabalhados, movimentação, absenteísmo, etc. Fornece informações sobre os assalariados, tanto no âmbito interno, para fins de gestão, como externamente, para cumprimento de legislação, tal como a lei dos 2/3 e a lei 4.923.
- Departamento de contabilidade: Esse departamento é o encarregado na empresa de registrar os atos e fatos administrativos mensuráveis financeiramente. Calcular e apresentar a demonstração do valor adicionado e fazer cálculo da contabilidade de excedentes são informações que também têm origem nesse departamento.
- Departamento de sistema de informação contábil: Para o balanço social é de vital importância. Tradicionalmente, o agregado de serviços vem sendo avaliado em termos monetários, todavia, o uso da abordagem sistêmica permite levar em consideração outras medidas de valor como unidades físicas de produtos vendidos; produção física, produtividade, horas trabalhadas; qualidade e não qualidade dos produtos fabricados; diminuição/aumento de falhas e de refugos na produção; entre outras.

O autor salienta, a empresa pode ser dividida em três setores, o primeiro trata da parte pessoal, o segundo aborda às finanças e o terceiro trabalha para juntar as demais informações e agregar outros valores, como por exemplo, qualidade de produtos fabricados.

Para o instituto Ethos (2006) não existe um padrão estabelecido a ser seguido para elaborar o BS. A empresa deve livremente adaptar as informações e para orientar a forma de como reunir os dados. Dessa maneira, o instituto elencou o seguinte:

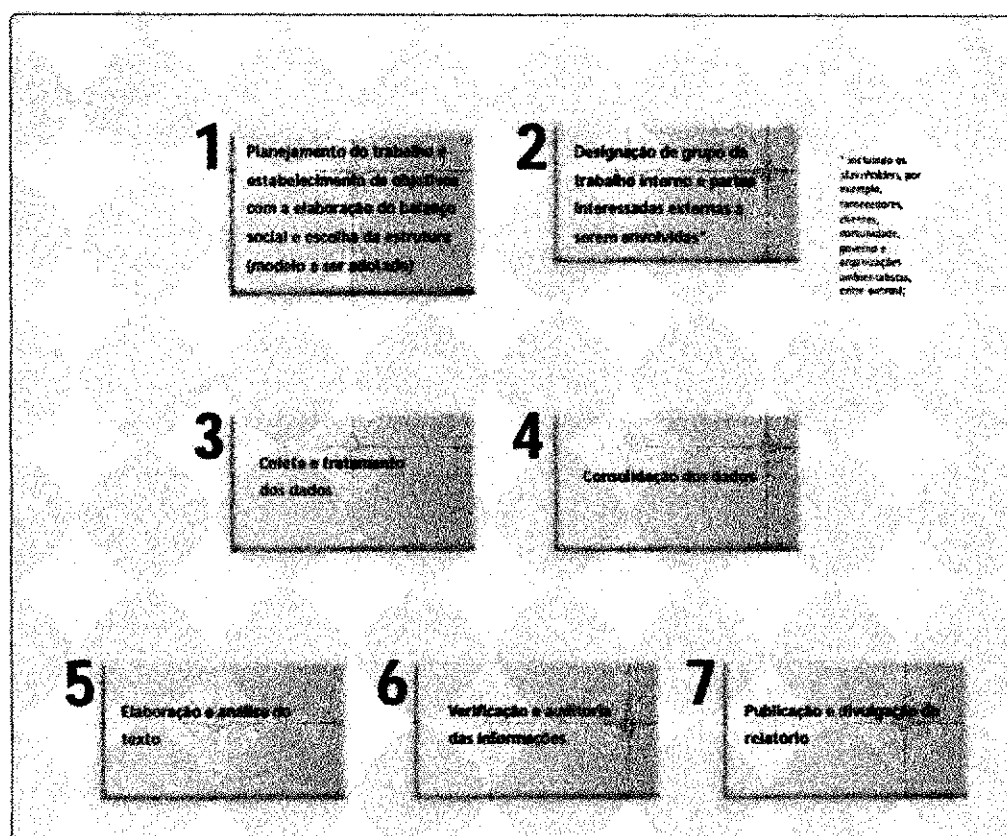


Figura 1 Processo de coleta e divulgação de dados
 Fonte: Instituto Ethos: Guia de elaboração do balanço social (2006)

Segundo o instituto, a empresa primeiramente tem que planejar o seu trabalho, com os estabelecimentos dos objetivos com a elaboração do BS e escolher o modelo a ser seguido. Em segundo lugar, devem-se definir as pessoas internamente e externamente a empresa que o balanço irá atingir, ou seja, a empresa deve estabelecer quem será envolvido no trabalho e a quem essa informação pode interessar. A próxima etapa constitui na extração dos dados e o seu tratamento; em seguida vem à consolidação destes dados. A quinta fase, consta a elaboração e análise do texto criado, ou seja, nas fases anteriores foi feita a reunião dos dados e em seguida a sua análise; em seguida observações foram feitas acerca dessas informações. Na sexta fase, os envolvidos vão verificar e analisar as informações elaboradas até o momento e proceder com uma auditoria que buscará possíveis falhas a

serem corrigidas antes da divulgação final. E por último vem a publicação do BS e seu respectivo relatório que deverá explicitar todos os atos e fatos econômicos, financeiros e sociais evidenciados.

Ainda segundo o Ethos (2006) a empresa está cada vez mais consciente que os dados elencados no BS devem cada vez mais possuir consistência e credibilidade que constam nos relatórios financeiros. Dessa forma, é imprescindível que a empresa declarante observe atentamente a esses requisitos:

- **Relevância:** informações importantes oferecem aos usuários do balanço social a oportunidade de formar sua opinião sobre a empresa base. Saliênta-se, no entanto, para que isso ocorra é necessário que se tenha conhecimento sobre os usuários a quem o BS se destina.
- **Veracidade:** consiste em transmitir as informações com verdade dos fatos, transparência, fidelidade e consistência na formulação e apresentação.
- **Comparabilidade:** é o processo que permite aos usuários da informação fazer comparações entre os dados apresentados pela empresa com os de períodos anteriores, bem como, com os de outras empresas.
- **Regularidade:** a regularidade enfatiza a elucidação do BS em períodos determinados. Possibilitando os variados públicos acompanhar o desempenho e as possíveis mudanças da empresa de um período para o outro. É fato que, a periodicidade proposta ao BS seja anual, nada impede que a empresa atualize dados se achar conveniente e necessário fazendo sempre uso de novas tecnologias e atualizações a data de atualização.
- **Verificabilidade:** consiste em analisar minuciosamente os dados declarados e auditar as informações dos relatórios. Estas duas ferramentas contribuem positivamente para a conquista da credibilidade pela empresa.
- **Clareza:** Deve-se levar em conta a variedade de públicos que farão uso do relatório, o que exige clareza e fluidez de texto. Assim, recomenda-se cautela no uso de termos técnicos e científicos, bem como a inclusão de gráficos, quando julgado pertinente. Em alguns casos a apresentação de um glossário pode ser útil.

Conforme observado na citação, a elaboração do BS por si só não diz muito, caso a empresa não tenha compromisso com a clareza das informações, a relevância dos dados demonstrados, coerência entre as informações e a veracidade dos dados, entre outras. O texto ainda reflete a responsabilidade da empresa em produzir informações que possam ser úteis para os interessados e que estes dados possam ser confiáveis de tal modo que possa influenciar o teor de decisões administrativas, de produção e execução.

Dessa forma, de acordo com Wissmann (2006, p.54), a proposta de elaboração do Balanço Social consiste na estruturação de quatro demonstrativos conforme demonstra a figura:

B A L A N C O	EMPRESA	Composição: Apresentação da Empresa Pg Indicadores Sociais Instituídos: Previamente Pg Informações Não-Monetárias Pg Indicadores Sociais Espontâneos e Obrigatórios Pg	Apresentação da empresa Nome: Endereço: Atividade Econômica: Constituição: Administradores: Mês:
	ANO		
DEMONSTRATIVO DE INDICADORES SOCIAIS INSTITUÍDOS PREVIAMENTE	DEMONSTRATIVO DE INFORMAÇÕES SOCIAIS NÃO- MONETÁRIAS	DEMONSTRATIVO DE INDICADORES SOCIAIS ESPONTÂNEOS E OBRIGATORIOS	
		ATIVO	PASSIVO
DEMONSTRATIVO DAS MUTAÇÕES DO RESULTADO SOCIAL LÍQUIDO - DMASL			

Figura 2 Proposta de elaboração do balanço social
 Fonte: Wissmann (2006, p.54)

Como observado na figura X, e segundo a concepção de Wissmann (2006) a empresa primeiramente cumprirá as determinações legais elencando os indicadores sociais previamente estabelecidos. Já no segundo momento, será evidenciada a apresentação da empresa sem valores monetários, ou seja, as ações de cunho sociais desempenhados pelo empreendimento. No terceiro momento, serão demonstrados os indicadores sociais previamente instituídos, ou seja, os espontâneos e obrigatórios, de modo que fique estabelecida a estrutura empresarial e proporcione a facilitação do entendimento dos dados ali realçados de maneira que se possa identificar a relação da apuração da diferença entre eles e se avalie a evolução da situação social da empresa.

O BS segundo a visão do autor contempla três fases, a primeira retrata as obrigações fiscais da empresa, a segunda demonstra os dados não monetários, ou seja, as ações sócias desenvolvidas pela mesma e a terceira elabora um paralelo em que analisa os dados obrigatórios pela legislação e aqueles espontâneos com o propósito de avaliar a evolução da situação social da empresa.

2.4.3.4 A importância da Auditoria no Balanço Social

A auditoria é a parte da contabilidade que busca erros e fraudes nos relatórios financeiros e patrimoniais das empresas. A auditoria é relevante para o balanço social por propiciar aos usuários a certeza da fidelidade das informações ali mostradas.

Segundo Cook apud Kroetz (2000), a auditoria é o estudo e avaliação sistemáticos de transações, procedimentos, operações e das demonstrações financeiras – acrescenta-se sociais e ecológicas (Balanço Social) – resultantes. Sua finalidade é determinar o grau de observância dos critérios estabelecidos e emitir um parecer (relatório de opinião e recomendações, no caso do Balanço Social) sobre o assunto.

O auditor trabalha com foco nas informações geradas pelos responsáveis, e prestar contas do analisado com eficiência, imparcialidade e exatidão. A partir do exposto e analisado ele emitirá pareceres que podem estar ou não de acordo com os preceitos da contabilidade.

Complementarmente, Franco e Marra (1991, p.25) afirmam que “o fim principal da auditoria é a confirmação dos registros contábeis e consequentes demonstrações contábeis”.

A finalidade maior da auditoria independente é examinar a veracidade dos dados expostos nas demonstrações financeiras. O balanço social é tipo de demonstração que elenca informações de caráter econômico e social em que há investimentos. É importante a utilização dessa ferramenta contábil no balanço social para analisar a boa fé nos resultados ali demonstrados. Dessa forma, a sociedade e interessados poderão ter ciência da exatidão dos dados apresentados após um parecer favorável de um auditor.

3 METODOLOGIA

O presente estudo buscou investigar como os colaboradores percebem as práticas socioambientais realizadas pelo Bradesco na cidade de Pombal-PB.

O estudo caracteriza-se a pesquisa como sendo um estudo descritivo, porque busca a descrição das características de determinadas populações ou fenômenos. Sendo caracterizada através da utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática (GIL, 2002).

O estudo descritivo é relevante para o desenvolvimento dessa pesquisa porque trata de analisar as características da entidade objeto de estudo, observando criteriosamente os resultados apresentados sem que o pesquisador interfira no resultado, além de expor para a sociedade a percepção dos colaboradores acerca das práticas sociais efetuadas pelo Bradesco. De igual modo, ratifica-se que o estudo descritivo é característica marcante deste estudo por descrever a percepção dos colaboradores da instituição.

A mesma óptica segue-se, quando a pesquisa utilizou o método indutivo, caracterizado pelo fato de procurar a fundamentação do conhecimento na experiência e através da observação dos fatos da realidade concreta e não em princípios pré-estabelecidos (SOUZA et al, 2007).

O estudo procurou evidenciar fatos novos e contribuições significativas a partir da observação e experiência de fatos da realidade.

A pesquisa também se caracteriza como exploratória, pois abordou um assunto ainda pouco conhecido e que trata de um tema específico. Gil (2008) expõe sua concepção quando explica o sentido de uma pesquisa de caráter exploratório como sendo um tipo específico de pesquisa e quase sempre assume a forma de estudo de caso.

Tratando-se da forma de abordagem ao problema, o estudo pode ser considerado como qualitativo, pois a pesquisa permitirá uma visão global das atividades sociais efetuadas pelo Bradesco S/A a comunidade e de que forma essas ações são recepcionadas pelos colaboradores, permitindo após análises a intensificação, mudanças e implementos de mais ações benéficas e socialmente responsáveis.

Salienta-se que, para a realização dos objetivos propostos pelo estudo, a pesquisa ainda se fundamentou através de estudos de natureza bibliográfica por utilizar por base outras pesquisas, mas deixando lacunas para possíveis ampliações, comparações e criação de novas

ideias (SOUZA et al, 2007). Para tanto, utilizou-se de base em estudos através de livros, monografias, teses, artigos científicos e internet para atender aos objetivos determinados.

Por fim, a pesquisa ainda se caracteriza como um estudo de caso porque apresenta um estudo profundo com um ou poucos objetos, de modo que se permita um conhecimento amplo e detalhado (GIL, 2002, p.54). Sabe-se que a pesquisa foi realizada na agência do Bradesco na cidade de Pombal-PB, ratificando a existência de uma unidade-caso, pois trata de um estudo que relata um indivíduo em num contexto definido (GIL, 2002, p.138).

3.1 Quanto ao Universo

A unidade-caso foi realizada na agência do Bradesco na cidade de Pombal-PB tendo como sujeitos da pesquisa os colaboradores do banco. Salienta-se que a agência possui cinco colaboradores e foram pesquisados todos os membros deste universo possibilitando a realização de um censo. Salienta-se que os colaboradores foram entrevistados na sede de seus trabalhos.

3.2 Procedimentos da Coleta de Dados

A coleta de dados consistiu na realização de um estudo de caso no Bradesco S/A agência da cidade de Pombal-PB, por meio de uma entrevista com questionários semi estruturados e abertos, em anexo, conforme as necessidades e tendo como referência as pesquisas realizadas por Crispim (2003) e Soares (2008) para apresentações monográficas nas Universidades Federal de Santa Catarina e do Vale do Itajaí em Camboriú.

3.3 Procedimentos da Análise dos Dados

Na abordagem qualitativa os dados foram obtidos através da entrevista com questionários semiestruturados e abertos, direcionados aos colaboradores do banco com o propósito de extrair ao máximo, informações aprofundadas acerca da temática em questão. Dessa maneira, os posicionamentos dos entrevistados foram analisados quanto ao seu conteúdo, objetivando identificar relações com o assunto pesquisado. Pretendeu-se com este tipo de

abordagem a realização de uma análise mais profunda do se propôs a investigar, o que não seria possível ao aplicar um questionário com perguntas de múltipla escolha.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

O presente estudo teve como objetivo verificar a utilização das práticas socioambientais do Bradesco S.A. na cidade de Pombal-PB. Para alcance dos resultados propostos a pesquisa seguiu um roteiro com entrevistas semiestruturadas com os colaboradores da agência de Pombal-PB. Dessa maneira, os colaboradores foram entrevistados na sede de seu trabalho.

Salienta-se que, para a concretização desse trabalho, foi necessária a intensificação de estudos constantes por aproximadamente seis meses. Ressalta-se que nesse tempo o estudo alcançou seu objetivo, evidenciado a sua relevância e propiciando novos conhecimentos e possibilidades para posteriores contribuições.

4.1 Características da Entidade Pesquisada

Segundo dados expostos no site da instituição (www.fb.org.br), a Fundação Bradesco segue princípios éticos como: integridade, equidade, compromisso com a informação e com a eficiência nos resultados, relacionamento construtivo, e liderança responsável.

Para tanto, a agência na cidade de Pombal-PB atua há aproximadamente dois anos e conta hoje com seu quadro de colaboradores composto por cinco integrantes efetivos e possui aproximadamente cinco mil clientes entre pessoas físicas e jurídicas, fiéis a instituição. Dessa forma, salienta-se que a agência, apesar de recente, já exerce influência econômica na cidade bem como pode ser relevante na adoção do trabalho de execução de práticas sociais e ambientais.

4.2 Dados da Entrevista

4.2.1 Tempo de Serviço Junto ao Bradesco

Foi indagado aos colaboradores da agência seu o tempo do vínculo empregatício entre eles e o Bradesco. E três dos cinco respondentes têm mais de cinco de trabalho junto à instituição, já os dois restantes contam com mais de um ano anos de exercício efetivo com o Bradesco.

Diante do exposto percebe-se que a maioria dos entrevistados já possui uma estabilidade profissional com mais de cinco anos de trabalho efetivo junto à empresa. Por outro lado, percebe-se que, a mesma, também abre oportunidade de trabalho e renda quando se observa que em seu quadro possui funcionários que ingressaram há mais de um ano e menos de cinco.

4.2.2 O Bradesco-Pombal como uma Empresa Socialmente Responsável

Neste segundo momento, foi levantada a questão segundo a opinião particular de cada colaborador, se o Bradesco-Pombal caracteriza-se como uma empresa socialmente responsável. O resultado demonstrou que três dos cinco entrevistados afirmaram que a instituição é uma empresa responsável e, apenas dois discordaram. Os argumentos dos ouvidos estão dispostos no quadro:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1	“Porque ela traz benéficos para seu funcionalismo”
2	“É responsável por proporcionar oportunidade de emprego e renda para a sociedade pombalense”
3	“A agência ajuda financeiramente a sociedade em campanhas”
4	“O Bradesco-Pombal trabalha para a satisfação de seu cliente”.
5	“A responsabilidade social é formada por uma série de atividades que vão desde o bom trato com o funcionário, os cuidados, as políticas, os incentivos e as campanhas para conscientização do meio ambiente e principalmente programas contínuos que tragam benefícios à comunidade e isso, segundo ele, não é praticado na agência”.

Quadro 1 Bradesco-Pombal como uma empresa responsável

Fonte: Dados obtidos na pesquisa 2013.

Como visto no estudo, a responsabilidade social hoje é um tema de repercussão mundial. Porém, existem várias formas de agir com responsabilidade social na empresa, pois ela consiste em um tratamento adequado aos colaboradores da empresa, adquirir produtos que tenham a preocupação com a preservação do meio ambiente, trabalhar visando não ter

desperdícios, entre outras situações. No entanto, percebe-se diante das respostas dos entrevistados a distorção sobre o conceito o que seria a empresa trabalhar com responsabilidade social.

4.2.3 Ações realizadas pelo Bradesco no último ano

Neste terceiro momento, foi perguntado aos entrevistados se a agência teria realizado alguma ação social e em seguida ofereceu-se aos mesmos, alternativas de ações que poderiam ser realizadas em diversas áreas como: saúde, educação, assistência ao idoso, programa de incentivo ao jovem, esporte, entre outras. Dos ouvidos, três deles, representando a maior parte, preferiram elencar a alternativa de: nenhuma das alternativas anteriores e argumentaram:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1	"Infelizmente a agência não promove esse tipo de programa porque não possui autorização para isso"
2	"Não existe em agência de menor porte o desenvolvimento dessas ações. O Bradesco possui sua fundação que promove ações educacionais como educação básica, cursos profissionalizantes, educação de jovens e adultos, formação inicial e continuada, entre outras, mas essas práticas são desenvolvidas apenas nas grandes agências e, portanto as de menor porte não são contempladas."
3	"A empresa não recebe recursos financeiros para promover esse tipo de campanha".
4	"Ações de caridade/filantropia"
5	"Prática de esporte"

Quadro 2 Ações realizadas pelo Bradesco no último ano
Fonte: Dados obtidos na pesquisa 2013.

Salientam que, esses investimentos são realizados em caráter informal e eventualmente quando solicitados, ou seja, em algumas vezes como patrocínios e em outra como caridade.

Diante do exposto, pode-se fazer uma confrontação entre as respostas dadas. Na questão anterior foi perguntado aos colaboradores se o Bradesco-Pombal poderia ser caracterizado como uma empresa socialmente responsável e a maioria confirmaram. No entanto ao indagar as práticas responsáveis que a empresa teria realizado no último ano, a maioria com

representatividade dos respondentes disseram que: “nenhuma das opções relatadas, pois a empresa não tem recursos e autorização para desenvolver este tipo de prática”. Portanto, fica evidente a contradição entre as respostas e demonstra em sua maioria que a empresa pratica pouco as ações sociais de maneira não efetiva e com caráter eventual. Salienta-se, que a promoção de ações responsáveis traz benefícios para a empresa, para a sociedade e desenvolve a localidade, ou seja, é um investimento feito pela empresa, mas que mostrará retornos econômicos, financeiros sem mensurar os benefícios proporcionados a comunidade e o desenvolvimento sustentável da região.

4.2.4 Forma como as Ações Sociais são Realizadas

Neste momento, foi levantada a questão da forma como são feitas as ações (mesmo sendo consideradas eventuais); dos respondentes quatro dos cinco entrevistados disseram que:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1, 2, 3 e 4	“São feitas através de dinheiro passadas diretamente as pessoas que promovem as ações (filantropia, caridade)
5	“Essa parte era direcionada ao gerente da empresa e a ele cabia a decisão e a forma de ajuda”.

Quadro 3 Forma como as ações sociais são realizadas
Fonte: Dados obtidos na pesquisa 2013.

Nota-se que de forma efetiva na agência não existe comprometimento e efetividade com as atividades realizadas pela empresa. Os trabalhos são feitos eventualmente e entregues para os solicitantes das campanhas filantropocas/caridosas. Constatou-se com a pesquisa que não existe um controle de efetividade dessas ações e nem objetivos definidos.

Salienta-se que as ações socialmente responsáveis devem ser realizadas em caráter permanente, com objetivos definidos e seu desenvolvimento acompanhado periodicamente para que se possam analisar os efeitos que as ações promovem a sociedade.

4.2.5 Principais Beneficiários das Ações Sociais

Nesta quinta indagação foram perguntados aos colaboradores quais os beneficiários com as ações realizadas pela a empresa. Como resultado se obteve:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1, 2 e 3	"Destinava a comunidade local", ou seja, as pessoas que moram na zona urbana da cidade e que se direcionava a agência em busca de ajuda.
4	"Destinavam as organizações comunitárias" e exemplificou dizendo que "cada bairro da cidade possui sua comunidade e muitas vezes desenvolvem campanhas para melhoria do bairro ou para ajudar alguém que esteja precisando de alimentos, remédios, entre outros benefícios."
5	"Destinava-se a comunidades distantes" citando as comunidades rurais do município.

Quadro 4 Principais beneficiários das ações sociais

Fonte: Dados obtidos na pesquisa 2013.

Nota-se que, apesar das práticas sociais do Bradesco-Pombal serem realizadas de forma tímida e em caráter eventual, a empresa se preocupa em ajudar a comunidade pombalense. É preciso lembrar que a responsabilidade social pode ser considerada como realização de práticas filantrópicas, educacionais, assistenciais, entre outras que visam minimizar os efeitos da ineficiência do Estado perante a comunidade. Salienta-se que o Bradesco possui uma fundação em que se desenvolvem ações educacionais, mas o que se percebe é que esses benefícios não são dispostos em todas as suas agências e sim para aquelas que são de grande porte. O desenvolvimento de ações como esta promove o desenvolvimento econômico, cultural e social de uma região e é relevante que as agências possam usufruir dos benefícios para implementar junto à sociedade e promover o desenvolvimento de diversas regiões pelo país indistintamente.

Salienta-se que seria interessantíssimo que a agência do Bradesco em Pombal pudesse implementar algum projeto que promovesse o desenvolvimento econômico, cultural da comunidade local.

4.2.6 Frequência com que as Ações são Realizadas

Na sexta pergunta aos colaboradores foi questionado sobre a periodicidade com que as ações eram realizadas, já que, em momentos atrás eles relataram que as práticas eram feitas em caráter eventual. As respostas apontaram:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1, 2, 3 e 4	“Atividades são realizadas no máximo uma vez por ano”
5	“As ações ocorrem três ou mais vezes por ano”

Quadro 5 Frequência com que as ações são realizadas
Fonte: dados obtidos na pesquisa 2013.

Ressalta-se, no entanto que as ações sociais de caráter filantrópico/caridade que o Bradesco-Pombal realiza são direcionados para o responsável da agência e segundo o mesmo pelo fato do empreendimento não contar com verbas direcionadas para ações sociais os investimentos são resumidos. Ressalta um dos entrevistados que “tais investimentos são tidos pela a empresa como despesas”.

O estudo evidenciou a ausência de políticas de incentivo para ações de caráter ambientais e sociais por parte do Bradesco às suas agências. Diante do diálogo foi possível perceber que a empresa não recebe incentivos financeiros para realizar algum projeto concreto e contínuo na cidade. Novamente é interessante elencar que os projetos sociais são importantes sob diversos aspectos entre eles promover o desenvolvimento cultural, social, econômico de uma região e de um país.

4.2.7 Número Estimado de Pessoas que são Beneficiados com as Ações

Aproveitando o ensejo da entrevista, foi adicionado ao rol de perguntas sobre uma estimativa de pessoas que seriam beneficiadas pelas ações, que embora sejam em caráter eventual, mas que são feitas na agência de Pombal–PB. O resultado mostrou a seguinte perspectiva:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1, 2, 3 e 4	“Aproximadamente 100 pessoas são atingidas pelos benefícios”
5	“Acreditava que esse número chegasse a 200 pessoas anualmente”.

Quadro 6 Número estimado de pessoas que são beneficiados com as ações
Fonte: Dados da pesquisa 2013.

O estudo mostrou que a participação da instituição diante da responsabilidade social e ambiental na cidade de Pombal não chega a atingir a 1% da população pombalense, já que a população pombalense segundo o censo de 2010 era de 32. 110 habitantes (IBGE, 2010). Diante do fato, é preciso ratificar a importância do papel da empresa diante para o desenvolvimento social e econômico da região em que se atua. Sabe-se que Pombal é uma cidade do sertão da Paraíba carente de incentivos financeiros e econômicos e que os empreen-

dimentos de maneira geral que movimentam a economia dessa localidade precisa ter uma consciência voltada para o desenvolvimento da responsabilidade social e ambiental.

É notório que o processo da globalização trouxe, sem dúvidas, uma série de benefícios e malefícios ao mundo inteiro. Entre os benéficos, hoje se pode contar o acesso à informação de maneira rápida e fácil. Este fato propiciou a todos a mudança de consciência e o crescimento da visão crítica. Em linhas gerais, a população busca hoje por empresas e empreendimentos que não pensem apenas em investir capital para acúmulo de riquezas patrimoniais, mas disponibilize parte do sucesso empresarial em atividades que proporcionem ao meio ambiente o cuidado necessário, aos funcionários o respeito e a consciência que o trabalho é desenvolvido pela equipe e dessa maneira seja pago o que é justo e aos produtos e serviços vendidos a qualidade e a prontidão para resolver eventuais problemas. Finalmente, conclui-se que é diante de uma sociedade exigente que a responsabilidade social e ambiental está inserida na atualidade e por esse motivo ela não pode ter a sua relevância desconsiderada pelas corporações.

4.2.8 O Bradesco como Colaborador para o Desenvolvimento da Micro região de Pombal

Neste quesito, procurou identificar se o Bradesco-Pombal atua em parceria com entidades locais buscando influenciar políticas públicas, estabelecendo alianças e participando de redes, a fim de maximizar sua contribuição para o desenvolvimento local. Diante do questionado foi obtido à seguinte opinião:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1	"Para a agência estabelecer alguma aliança é necessário que primeiro tenha uma autorização, segundo, ter na conta do banco recursos para desenvolver em ações"
2	"O fato do Bradesco de Pombal não estabelecer alianças resume-se na ausência de recursos financeiros"
3	"Era preciso antes de qualquer coisa mostrar a necessidade da empresa intervir junto à sociedade para o desenvolvimento dessas atividades. seria uma mudança de paradigma por parte do Bradesco, já que a fundação da instituição trabalha atuando em todas as capitais do Brasil e que desenvolver um trabalho desse porte era, a princípio, um grande desafio, mas com certeza que valeria a pena principalmente em locais onde o desemprego é fato marcante e onde o desenvolvimento ainda está demorando".
4	"Raramente o Bradesco faz parcerias"

5	“Às vezes a instituição faz esse tipo de parceria, mas salienta que é em caráter eventual a exemplo de uma campanha em que todas as repartições da cidade participam e acontecem poucas vezes durante o ano”.
---	---

Quadro 7 O Bradesco como colaboradores para o desenvolvimento da micro região de Pombal.
Fonte: Dados da pesquisa 2013.

Fica evidente, diante do exposto, que a entidade não busca se engajar em caráter definitivo em ações que beneficiem a sociedade pombalense por questões estruturais do próprio Bradesco que inviabiliza a participação assídua. Para tanto, não há investimentos na empresa destinados a desenvolver ações de responsabilidade social.

4.2.9 Motivação do Bradesco-Pombal para o desenvolvimento da responsabilidade social

Diante da relevância do tema em questão, foi preciso buscar a opinião daqueles que fazem o Bradesco-Pombal sobre o motivo que poderia levar a empresa de modo geral a investirem em ações sociais. Em seguida, foi dado aos entrevistados um leque de opções como: colaborar com a sociedade, só investe porque são solicitadas, para ser considerado um diferencial diante da concorrência, entre outras indagações. Dessa forma as respostas foram:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1	“A agência procura ajudar dentro das suas limitações a comunidade pombalense”.
2	“Dificuldades existem em todo território nacional, mas que de forma simples o pouco que se ajuda já é um benefício”.
3	“O terceiro apenas disse a quem se destinavam as ações e não argumentou nada mais”.
4	“Objetiva melhorar a imagem da empresa. Essas práticas podem mudar o desenvolvimento econômico da entidade que investe”.
5	“Gerar vantagem competitiva. Ações desse porte traz um grande diferencial competitivo diante de outras instituições”.

Quadro 8 Motivação do Bradesco para o desenvolvimento da responsabilidade social.
Fonte: dados obtidos na pesquisa 2013.

Durante do estudo, foi traçado um perfil acerca da responsabilidade social, seus benefícios, a quem se dirigia, entre outros fatores. E diante do estudo foi possível perceber que trabalhar com responsabilidade social beneficia pessoas que necessitam de alguma ação e que não são assistidas corretamente pelo Estado, mas que essas práticas produzem um retorno benéfico para o empreendimento que as diferencia das demais. No entanto, é relevante frisar que as práticas responsáveis não devem apenas ser objetos para garantir sucesso para a empresa.

Para tanto, o resultado da pesquisa elencou três fatores importantes para a empresa, pois segundo a concepção da maioria dos ouvidos a responsabilidade social deve ser destinada com o foco maior para a geração de benefícios a sociedade. Entretanto, as ações sociais ou responsáveis trazem para a empresa, independentemente de sua função, porte ou finalidade, vantagens competitivas e traduz uma imagem diferenciada, mas salienta-se que as práticas não devem ser conduzidas apenas com essa finalidade.

4.2.10 Ações Desenvolvidas pelo Bradesco-Pombal em Favor dos Colaboradores

Nesse décimo quesito foi indagado aos colaboradores se o Bradesco realizava ações em favor de seus colaboradores além daqueles estabelecidos mediante lei. O resultado da entrevista mostrou com unanimidade:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1, 2, 3, 4 e 5	Os cinco respondentes afirmaram que o Bradesco é uma empresa preocupada com o funcionário. "Segundo os respondentes, ela sempre está cuidando da saúde, do aperfeiçoamento, de incentivos e proporciona oportunidades para aquele que deseja crescer".

Quadro 9 Ações desenvolvidas pelo Bradesco-Pombal em favor dos colaboradores
Fonte: Dados Obtidos na pesquisa 2013.

Fica constatado que a empresa trabalha com foco na melhoria e satisfação de seus colaboradores. Proporcionando oportunidades de crescimento através de cursos de aperfeiçoamentos, cuidando da saúde dos funcionários e outros benefícios que são dispostos para quem faz parte do Bradesco. Salienta-se que agir com responsabilidade social inclui na prática de ações que visem à melhoria da qualidade de vida para aqueles que colaboram diariamente para o sucesso da empresa em que atuam. Neste ponto, fica evidente que a empresa é comprometida com os seus colaboradores.

4.2.11 O Bradesco-Pombal e a Inclusão Social

Nesse décimo primeiro quesito, os pesquisados foram abordados com um tema delicado. Foi indagada aos mesmos a forma como a instituição trabalha com a inclusão social, ou seja, se existia programas destinados a contratar portadores de deficiência, idosos, menores aprendizes e ex-detentos. Como resultado da pesquisa se obteve a seguinte constatação:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1, 2, 3 e 4	A agência possui um programa de inclusão social.
5	A agência não possui este tipo de programa.

Quadro 10 O Bradesco-Pombal e a inclusão social
Fonte: Dados obtidos na pesquisa 2013.

Os entrevistados acrescentaram que o programa de contratação realizado pelo Bradesco consiste em um processo seletivo e que nesse processo, que é divulgado no site da instituição através do preenchimento de currículo, é feita a triagem dos candidatos. Informou ainda, que dependendo do porte da agência há designação obrigatória ou não para efetivar PNE. Nota-se que a agência cumpre as obrigações impostas pela legislação vigente.

Salienta-se que, no entanto, na agência de Pombal hoje não há funcionário com PNE, ex-detentos, idoso e menor aprendiz, mas a mesma é recente e isenta da obrigatoriedade. Salienta-se que a empresa está obrigada a contratar PNE a partir da existência de 100 funcionários (art. 93 da Lei 8.213/91).

A inclusão social é um dos temas que a responsabilidade social aborda. Este tema busca reduzir as desigualdades sociais e a discriminação principalmente daquelas pessoas mais vulneráveis a estes fatos. É de conhecimento de toda a existência legislações e as obrigatoriedades a serem cumpridas pelas organizações quando enquadradas a ela. Dessa forma, salienta-se que a empresa para enquadrar-se como responsável pode desenvolver muitas ações, mas desde que seu foco seja o de proporcionar benefícios à sociedade.

4.2.12 Percepção do Bradesco sobre a Conscientização da Importância da Conservação do Meio Ambiente

A décima segunda pergunta da entrevista procurou saber dos colaboradores do Bradesco-Pombal se eles buscam incentivar a comunidade pombalense sobre a conservação do meio ambiente. O resultado obtido revelou: que dois dos cinco consultados afirmaram que nunca investe em incentivos para conscientizar a população na conservação do meio ambiente. Já os dois últimos afirmaram que sempre incentiva seu cliente as práticas de conservação. O posicionamento dos entrevistados está descritos no quadro que segue:

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1	"O assunto já é amplamente divulgado na imprensa e que todos já são conscientes dessa necessidade".
2	"Seria complicado tratar de finanças e meio ambiente com clientes na mesma hora". Segundo ele "tratar de meio ambientes e seus cuidados necessitaria de um dia específico para isso, um dia destinado a fazer campanha de conscientização com os clientes".
3	As vezes comenta alguma coisa com os clientes, mas que "na maioria das vezes esse trabalho é consumido diante das obrigações diárias".
4	"Não se pode deixar de pensar no mundo em que vivemos" e que diante das coisas simples surgem brincadeiras que o leva a falar no tema seja com colegas colaboradores ou com clientes.
5	"Estimulo os clientes e colegas a não poluir e desperdiçar materiais, água, entre outras coisas".

Quadro 11 Percepção do Bradesco sobre a conscientização da importância da conservação do meio ambiente.

Fonte: dados obtidos na pesquisa 2013.

Este quesito é uma forma bem particular de se expressar como cada colaborador trabalha. Entre eles, dois afirmaram que sempre trabalham incentivando a conscientização para proteger o meio ambiente, já os outros, um afirmou que às vezes comenta e o outro revelou que não trabalha conscientizando seus clientes. Reforça-se a tese que o meio ambiente e as ações de responsabilidade social são importantíssimas para a preservação da humanidade. Quando se defende o meio ambiente, preservam-se gerações futuras e é, sem dúvidas, relevante para o desenvolvimento sustentável de um país, região ou população quando pratica ações sociais.

4.2.13 Ações desenvolvidas pelo Bradesco-Pombal destinado à melhoria da qualidade ambiental

A décima terceira indagação procurou evidenciar o trabalho da empresa diante da qualidade ambiental. Os cinco respondentes confirmaram que a empresa não desenvolve ação, programa ou campanha que incentive a população a melhorar o meio ambiente. Salienta-se que apenas um dos entrevistados argumentou a sua resposta e a mesma está expressa no quadro abaixo. Os demais ouvidos apenas responderam que a instituição não desenvolve esse tipo de ação.

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1, 2, 3 e 4	Não desenvolve este tipo de ação.
5	“A instituição não desenvolve essas ações. Esse tipo de questão é interessante, mas que infelizmente na agência não se tem um planejamento para executar alguma prática neste sentido até o momento”.

Quadro 12 Ações desenvolvidas pelo Bradesco-Pombal destinado à melhoria da qualidade ambiental
Fonte: dados obtidos na pesquisa 2013.

Salienta-se que trabalhar com qualidade ambiental consiste em adotar meios e mecanismos que visem sempre a proteção do meio ambiente como, por exemplo: a utilização de papel reciclado nas atividades corriqueira da instituição.

Sabe-se que, a responsabilidade socioambiental hoje é tema mundialmente discutido. Todas as partes do mundo buscam ações que minimizem os efeitos que a indústria e o homem produzem. Dessa maneira, é importante que a empresa tenha essa consciência. Salienta-se que práticas simples podem ser efetuadas dia a dia na rotina de trabalho e que certamente são de grande valia para a proteção do meio ambiente.

4.2.14 Importância do balanço social sob o prisma dos colaboradores do Bradesco-Pombal

Diante deste quesito, o estudo procurou evidenciar a percepção dos colaboradores sobre o balanço social. Como resposta ao quesito, quatro dos cinco entrevistados confirmaram que consideram o balanço importante.

RESPONDENTES	RESPOSTAS
1	“Acredito que o balanço social é uma ferramenta utilizada pela contabilidade para prestar conta das finanças desenvolvidas na fundação”.
2	“É importante porque a empresa está cumprindo com seu dever, ou seja, uma obrigatoriedade imposta por lei”.
3	“É uma ferramenta que toda empresa deve elaborar para poder mensurar todos os desempenhos que a empresa tem em um período de tempo”.
4	“Não conheço essa ferramenta e sua aplicabilidade com precisão”.
5	“Sei que toda empresa é obrigada a fazer um balanço para cumprir obrigações, mas a essência de sua função a desconheço”.

--	--

Quadro 13 Importância do balanço social sob o prisma dos colaboradores do Bradesco-Pombal
Fonte: Dados obtidos na pesquisa 2013.

O balanço social é uma ferramenta contábil que visa demonstrar os resultados de uma entidade durante um período. Acrescenta-se que, este demonstrativo elenca informações de cunho econômico, financeiro e social e sua função precípua é gerar transparência nos atos ocorridos nas empresas. Salieta-se que o Balanço social é um instrumento de consulta pública e feito para que a sociedade tome conhecimento da forma como a empresa trabalha e investe em ações sociais.

Durante o estudo também se evidenciou que é imprescindível que se utilize ferramentas contábeis como o balanço social seguida de uma auditoria para garantir a transparência das ações efetuadas. No entanto, a pesquisa mostrou que os entrevistados não sabiam bem definir a relevância do Balanço social por desconhecer seu conceito profundamente e porque talvez as informações contábeis muitas vezes possam ser difíceis de compreender se o interessado não possuir um mínimo de conhecimento acerca do assunto tratado gerando como consequência a ausência de incentivo para conhecer.

5 CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

De fato, a globalização trouxe uma série de mudanças no mundo. Entre elas está o acesso à informação de maneira rápida e eficaz tornando pessoas mais exigentes e os empreendimentos atrelados a adequar-se rapidamente as transformações impostas.

Pode-se afirmar que, entre essas mudanças impostas pelo sistema globalizado encontra-se a responsabilidade social, que é hoje um dos temas mais repercutidos pelos meios de comunicação e pela sociedade. Apesar disso, observa-se que muitos empreendimentos ainda não a praticam.

Diante desta realidade, este estudo procurou investigar como os colaboradores percebem as práticas socioambientais realizadas pelo Bradesco na cidade de Pombal-PB.

O estudo evidenciou a sua relevância quando demonstrou que apesar do tema ser mundialmente conhecido, há ainda necessidade de estudos que proporcionem uma visão mais abrangente, positiva e que possibilitem incentivar as empresas a praticarem ações responsáveis. Para tanto, a pesquisa ratificou sua importância quando constatou a necessidade da adoção dessas práticas na agência de Pombal-PB que possibilite meios para o desenvolvimento da mesma e da sociedade pombalense.

E de acordo com a pesquisa, o Bradesco-Pombal é uma empresa que, de forma tímida, executa alguma prática social em caráter eventual. Salienta-se que o estudo também permitiu visualizar que a agência não recebe recursos que estimulem ao desenvolvimento de programas ou atividades sociais frequentes.

O estudo mostrou também que a agência não desenvolve trabalho junto à comunidade pombalense no que se refere aos cuidados e conscientização ao meio ambiente. Já em se tratando de benefícios aos colaboradores, incentivos a aperfeiçoamento e oportunidades de crescimento a empresa é ativa e atuante.

Diante dessa constatação foi perceptível a visão da possibilidade de realização de campanhas destinadas para conscientização e proteção do meio ambiente através da promoção de palestras e distribuição de material de apoio junto aos clientes da agência e a sociedade. Bem como a promoção de um projeto que foque a qualidade ambiental através de um levantamento realizado na agência que evidencie as atividades executadas e os materiais empregados no dia a dia procurando por alternativas mais responsáveis.

Foi elencada também, mediante a pesquisa, a relevância do estudo da contabilidade social. Foi visto que, a contabilidade é uma ciência que se modifica de acordo com as exigências de seu meio e diante dessa vertente a ciência contábil está adequando-se à responsabilidade social.

Foi constatado que a empresa não elabora um balanço social e que seus benefícios e importâncias são poucos conhecidos por aqueles que fazem o Bradesco-Pombal.

Salienta-se em linhas gerais que, o Balanço Social tem um tratamento direto com a sociedade, ou seja, os dados elencados por ela interagem diretamente com a sociedade, ou pelo menos, por quem se interessa por ela.

Dessa maneira, ratifica-se a importância da empresa elaborar e divulgar suas informações através do Balanço Social. Pois, foi constatada que essa ferramenta contábil possibilita à empresa, independentemente de sua finalidade lucrativa, a transparência com que o empreendimento trabalha seus investimentos, suas ações sociais e os efeitos positivos que esse demonstrativo proporciona. Mas também ficou evidente que não basta apenas divulgar, as informações têm que possuir fidelidade, ou seja, serem reais. Para que isso ocorra é interessante que juntamente com o balanço social a empresa antes de divulgar tais informações sujeite o demonstrativo a uma auditoria, que é outra ferramenta contábil que busca a fidelidade das informações prestadas.

Por fim, conclui-se que os recursos empregados pela empresa para ações de responsabilidade social são insuficientes, pois essas práticas são realizadas em caráter eventual e com objetivos distintos, fato este que poderia ser revisto pelo próprio Bradesco, pois ações como esta traz influência direta no desenvolvimento econômico, financeiro e cultural dos pombalenses.

Para pesquisas posteriores, sugere-se o aumento do universo do estudo das ações de responsabilidade social praticadas pela Fundação Bradesco na Paraíba através de um estudo prático em que se evidencie como realmente o trabalho é desenvolvido.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. Empresa e Responsabilidade Social. **Gazeta Mercantil**. São Paulo, 15 de junho de 1999, p.A-2.

ARAGÃO, J. P. A. S. da. **O balanço social como condição necessária ao crescimento das empresas**. Monografia apresentada à Faculdade Lourenço Filho. Fortaleza- CE- 2010

ARANTES, E. **Investimento em Responsabilidade Social e sua Relação com o desempenho Econômico das Empresas**. Revista Conhecimento Interativo, São José dos Pinhais, PR, v.2, n.1, p.03 a09 Jan/jun. 2006.

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.

ASHLEY, P. A. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BERTONCELLO, S. L. T.; CHANG JUNIOR, J. A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação. **FACOM** - nº 17 - 1º semestre de 2007. Disponível em: <http://www.fAAP.br/revista_faap/revista_facom/facom_17/sil-vio.pdf>. Acesso em 06 abr. 2013.

BOMENY, H. **Um Balance da Responsabilidade no Brasil**. Rio de Janeiro: CPDOC, 2003.

BOWEN, H. R. **Social Responsibilities of the businessman**. Nova Iorque: Harper & Brothers Publishers, 1953

BRASIL. **Conselho Federal de Contabilidade**. Resolução CFC nº 1.003 de 19.08.2004 Aprova NBC T 15 - Informações de Natureza Social e Ambiental. Diário Oficial da União, Poder Executivo, Brasília, DF 06.09.2004.

BRASIL. **Lei cotas para Deficientes e Pessoas com Deficiência**. Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência e dá outras providências a contratação de portadores de necessidades especiais. Lei 8.213/ 91, DF 1991.

CESTARE, T. P; PELEIAS, I. R. **Proposta de relatórios para a gestão de custos em uma pequena indústria calçadista na cidade de São Paulo**. Disponível em<www.ccontabeis.com.br/18cbc/445pdf>. Acesso em: 02 abr. 2013.

Conselho Federal de Contabilidade. **Manual de Procedimentos contábeis par fundações e entidades de interesse Social**. 2 ed. Brasília. CFC, 2008.

CREPALDI, Guilherme Simões. **Análise crítica dos objetivos e metodologias da contabilidade**. Disponível em: <www.peritocontabil.com.br/artigos>. Acesso em: 04 mar. 2013.

CRISPIM, G. H. **Análise da evidenciação da responsabilidade social com ênfase na gestão ambiental: um estudo comparativo das sociedades anônimas de capital aberto no Brasil**. Monografia apresentada a Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis-2003.

DRUCKER, P. **Administração de organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas**. Editora Pioneira, São Paulo, 1999.

FERNANDES, R. C. **Privado, porém público: o Terceiro Setor na América Latina**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1994.

FISCHER, R. M. A Responsabilidade da Cidadania Organizacional. In: FIPECAFI. Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuarias e Financeiras. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**: aplicável também às demais sociedades. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

FLEURY, M. T. L. (coord.). **As Pessoas na Organização**. São Paulo: Editora Gente, 2004.

FRANCO, H.; MARRA, E. **Auditoria Contábil**. 2ª.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

FREIRE, F. de S.; SILVA, C. A. T. **Balanco Social: teoria e prática**: inclui o novo modelo do IBASE. São Paulo: Atlas, 2001.

FUNDAÇÃO BRADESCO. Disponível em: <www.fb.org.br>. Acesso em 20 out. 2012.

GARCIA, A. O. de; CEBALLOS, Z. H. M. de. **Responsabilidade Social corporativa**. Universidade do Vale do Paraíba/Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – IX Encontro Latino Americano de iniciação e V Encontro latino Americano de Pós Graduação – Universidade do Vale do Paraíba 2005.

GESET. Gerência de Estudos Setoriais. **Balanco social e outros aspectos da responsabilidade social corporativa**. Relato Setorial N.º 2. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/social02.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª edição. São Paulo, 2002

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5º Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUIMARÃES, N. A. **Fundações privadas de apoio às instituições de ensino superior-breves considerações**. 2004. Disponível em: <empree-der.org.br/pdf/ong'sOSCIP'seterceirosetor/Fundaçõesprivadasdeapoioasinstuiçõesdensinosuperi.pdf>. Acesso em: 05 abr. 2013.

IBGE. **Censo Demográfico 2010**. Características da população e dos domicílios Resultados do universo. Rio de Janeiro 2011.

IBGE. Diretoria de Pesquisas Gerência do Cadastro Central de Empresas. **As Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil. 2002**. Estudos e Pesquisas Informação Econômica número 4. Rio de Janeiro 2004.

INSTITUTO ETHOS de empresas e responsabilidade social. **Guia de elaboração do balanço social**. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, 2006.

INSTITUTO ETHOS de empresas e responsabilidade social. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**. 2007. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/glossario/>. Acesso em: 01 nov. 2012.

INSTITUTO ETHOS de empresas e responsabilidade social. **Indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial**. 2004. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/indicadores>>. Acesso em: 10 dez. 2012.

IUDÍSCIBUS, S. de. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2000.

IUDÍSCIBUS, S. de; MARION, J. C. **Introdução à teoria da contabilidade**: para o nível de graduação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KARKOTLY, G. **Responsabilidade Social Empresarial**. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

KAY, J. **Fundamentos do sucesso empresarial**: como as estratégias de negócio agregam valor. Rio de Janeiro: Campus, 1996 [Tradução de Carlos A.C. se Moraes].

KOZLOWSKI, K. **Responsabilidade social no Brasil**. 2009. Disponível em: <<http://www.rumosdobrasil.org.br/2009/10/29/responsabilidade-social-no-brasil/>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

KROETZ, C. E. S. **Balço Social**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

KROETZ, C. E. S. Contabilidade Social. **Revista Contabilidade e Informação**. Ijuí - RS: Editora/UNIJUÍ, n. 01, jun/1999. p.05-12.

MARION, J. C. **Contabilidade empresarial**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1998

MARTINS, O. S.; ANJOS G. C. B dos. **Gestão de custos nas organizações do terceiro setor**: um estudo comparativo. XV SIMPEP- 2008.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Gestão de responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade social & cidadania empresarial**: a administração do Terceiro Setor. Quaitymark, 1999.

PADOVEZE, C. L. **Sistemas de informações contábeis**: fundamentos e análise. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PORTAL da Contabilidade. **Resolução Conselho Federal de Contabilidade – CFC. Nº 1.003 de 19.08.2004**. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/nbc/res1003.htm>>. Acesso em 01 abr. 2013

RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Balço Social**. Ed.155, ano 9 ISSN: 1677-4949. Disponível em: <http://www.responsabilidadesocial.com/institucional/institucional_view.php?id=4>. Acesso: 10 mar. 2013.

SANTANA, C. M. **Por uma outra contabilidade**: Responsabilidade social das empresas e as teorias do patrimônio líquido. Universidade de Brasília-2004.

SANTOS, A. C. de A. **A Importância da Responsabilidade Social da Empresa na Mudança e Progresso Social**. Lauro de Freitas, UNIBAHIA , 2001.

SERPA, D. A. F.; FOURNEAU, L. F. Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 11, n. 3, Sept. 2007.

SILVA, A. C. R. da; MOURA, H. S. **As novas tendências da contabilidade no terceiro milênio**. Disponível em: <<http://www.nossocontador.com/artigos/44.polf>> acesso em: 31 mar. 2013.

SOARES, A. F. **Responsabilidade social nas empresas de balneários Camboriú**. Monografia apresentada a Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú- 2008.

SOUZA, A. C. de; FIALHO, F. A. P.; OTANI, N. **TCC Métodos e Técnicas**. Florianópolis. Florianópolis: Editora visual books, 2007.

TINOCO, J. E. P. **Balanco Social**. São Paulo: Atlas, 2001.

TINOCO, J. E. P. **Balanco Social**: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo, Atlas, 2001.

VASSALO, C. **Entre o mundo ideal e o mundo real**. Guia Exame de boa cidadania corporativa, ano 5, p.5, dez. 2004.

WISSMANN, M. A. **Uma proposta para elaboração do balanço social**. Disponível em: <www.revistasutfpr.edu.br/pb/index.php/cap/article/view/883/521>. Acesso em: 30 mar. 2013.

ANEXOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS – CCJS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

O presente questionário tem por objetivo suportar o conhecimento sobre: a responsabilidade social corporativa: utilização de práticas socioambientais no banco Bradesco da cidade de Pombal-PB à luz da percepção de seus colaboradores. A pesquisa visa compor o trabalho de conclusão de curso da discente **INGRID HAYENE FARIAS BANDEIRA** sob a orientação da docente: Me. Marcos Macri.

1 Você considera o Bradesco-Pombal uma empresa socialmente responsável?

2 O Bradesco-Pombal realizou alguma ação social no último ano?

3 Em quais áreas foram realizadas as ações sociais?

4 De que forma as ações sociais são realizadas?

5 Quem são os principais beneficiários das ações sociais?

6 Qual a frequência com que as ações sociais são realizadas?

7 O Bradesco-Pombal atua em parceria com entidades locais buscando influenciar políticas públicas, estabelecendo alianças e participando de redes a fim de maximizar sua contribuição para o desenvolvimento local?

8 O Bradesco-Pombal realiza ações em favor dos colaboradores além das obrigações legais?

9 O Bradesco-Pombal possui algum programa destinado a contratação de deficientes físicos, ex detentos, idosos ou jovens aprendizes?

10 O Bradesco-Pombal possui alguma ação, campanha ou programa destinado à melhoria da qualidade ambiental?

11 O Bradesco busca de alguma maneira sensibilizar os colaboradores e a comunidade local da importância da conservação do meio ambiente?

12 Em sua opinião, qual o motivo que leva as empresas a investirem na responsabilidade social?

13 Há um número estimado de pessoas que são beneficiadas com as ações sociais que o Bradesco-Pombal realiza?

14 Sabe-se que anualmente a Fundação Bradesco divulga o balanço social. Em sua opinião essa ferramenta é importante?
