



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

DANILO ASSUNÇÃO FERREIRA

**A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS:
UMA EXPERIÊNCIA NAS EMPRESAS BANCO DO BRASIL, ITAÚ E
BRADESCO.**

ASSIS-SP

2011

DANILO ASSUNÇÃO FERREIRA

A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS

Trabalho apresentado ao Programa de
Iniciação Científica (PIC) do Instituto
Municipal de Ensino Superior de Assis –
IMESA e a Fundação Educacional do
Município de Assis – FEMA

Orientador: Prof. Ms. Adm. João Carlos da Silva

Linha de Pesquisa: Ciências Sociais Aplicadas

ASSIS

2010

FICHA CATALOGRÁFICA

FERREIRA, Danilo A.

A Responsabilidade Social das Empresas / Danilo Assunção Ferreira. Fundação Educacional do Município de Assis – Fema – Assis, 2011.

27 p.

Orientador: João Carlos da Silva

Programa de Iniciação Científica (PIC) – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis.

1. Responsabilidade Social, 2. Sustentabilidade, 3. Empresas

658
Biblioteca Fema

“Precisamos vencer a fome, a miséria e a exclusão social. Nossa guerra não é para matar ninguém – é para salvar vidas.”

(Luis Inácio Lula da Silva)

Resumo:

O trabalho tem por objetivo analisar e discutir a responsabilidade social e sua relação com as empresas, como uma estratégia competitiva e ao mesmo tempo um diferencial para o mercado de trabalho utilizando-se da visão de diversos autores e a atuação dos bancos após o surgimento do tema. Para isso, foram desenvolvidas questões históricas, conceituais com suas definições e uma visão abrangente da Responsabilidade Social.

O movimento de apoio às atividades sociais se intensificou no Brasil a partir do século XIX, logo após instituições como Fundação Abrinq, o Instituto Ethos de Responsabilidade Social e a Rede de Informação do Terceiro Setor (Rits) foram criados com o objetivo de destacar a importância das ações sociais para os negócios e para a sociedade. A temática “Responsabilidade Social” tem sido alvo constante de análises no mundo corporativo. E para além da expressão de compromisso com as causas sociais, incorporou-se como opção de um modelo de gestão. Modelo já adotado, principalmente pelas grandes empresas sintonizadas com um mundo globalizado cada vez exigente em relação à dinâmica de seus negócios e à sustentabilidade empresarial.

Uma empresa que se preocupa em minimizar a emissão de resíduos, que utiliza papel reciclado, que promove ações sociais, que promove o apoio à educação, à cultura e aos esportes, que recolhem material para reciclagem e reutilização, entre tantas outras práticas, se antecipa às demandas sociais e à própria fiscalização, eximindo-se de problemas futuros, além de permanecer próxima daqueles que irão consumir os seus produtos e serviços. Mas a empresa não deve fazer isso apenas para garantir o lucro, também para se converter em uma fonte de soluções para os problemas da sociedade, pois o objetivo de um produto é justamente atender às necessidades do cliente e isso significa resolver o seu problema.

Palavras-Chave:

Responsabilidade Social, Sustentabilidade, Empresas.

LISTA DE TABELA

Tabela 1 – Ranking das melhores empresas em RSC – 2010.....	16
---	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL	9
2.1 HISTÓRICO	9
2.2 PROJETOS	9
2.3 PARCERIAS	10
3. FUNDAÇÃO BRADESCO	10
3.1 HISTÓRICO	10
3.2 PROJETOS	10
3.3 PARCERIAS	11
4. FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL	11
4.1 HISTÓRICO	11
4.2 PROJETOS	12
4.3 PARCERIAS	12
5. HISTÓRICO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL	13
6. CONCEITOS E DEFINIÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	13
6.1 FILANTROPIA X RESPONSABILIDADE SOCIAL	15
7. CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS SOCIAS	15
8. MAXIMIZAÇÃO DE LUCROS	17
9. VANTAGENS COMPETITIVAS	17
10. BALANÇO SOCIAL	18
11. CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
12. REFERÊNCIAS	21
13. ANEXO A - MODELO ENTREVISTA RESPONSABILIDADE SOCIAL	23
14. ANEXO B – MODELO BALANÇO SOCIAL	24

1. INTRODUÇÃO

O trabalho tem como objetivo mostrar a importância sobre a responsabilidade social nas organizações, tendo como ideia principal a ajuda às comunidades carentes. O número de pessoas que precisam desse tipo de auxílio não é pequeno, hoje, muitas famílias já são beneficiadas com atividades e projetos educacionais, mas muitas ainda não têm acesso e outras desconhecem.

Ao pensarmos sobre o tema, temos como levantamento a quantidade de projetos que poderiam ser criados com o objetivo de ajudar e mudar a vida dessas pessoas. O tema Responsabilidade Social vem percorrendo diferentes ocasiões, uma delas é na área empresarial, situação que tem mudado bastante a vida de muitas pessoas.

A partir do projeto, é possível avaliar a grande perspectiva de empregabilidade, obtendo como resultado o grande número de trabalho e renda nas regiões onde estão atuando, tendo também como consequência a sobrevivência dessas pessoas servindo como complemento a formação pessoal e profissional.

Em relação às empresas, investindo socialmente em responsabilidade cria-se um diferencial no mercado, conseguindo uma fidelização maior de seus clientes.

2. FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL

2.1 HISTÓRICO

Criada em 1985, a partir do lançamento do programa do governo federal “Programa de Prioridades Sociais”, voltados para os campos como alimentação, saúde, educação, emprego e habitação.

O Banco do Brasil apoia a cultura nas artes cênicas, arte plástica, audiovisual, música, ideias e programa educativo. Nos diversos seguimentos artísticos, o Banco do Brasil tem aplicado seus recursos nos Centros Culturais Banco do Brasil.

2.2 PROJETOS

O Banco possui diversos projetos educacionais, entre eles destacamos:

- CCBB (Centro Cultural Banco do Brasil) esta presente em três capitais; Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo, possui também o CCBB Itinerante que percorre diversos municípios do país. A programação dos Centros Culturais apresenta artista, grupos e instituições culturais consagrados e de ampla aceitação e criadores vanguarda considerados de alta qualidade pela crítica especializada;
- AABB Comunidade é uma tecnologia social em educação que oferece complementação escolar para crianças e adolescentes da rede pública de ensino. Os alunos participantes desenvolvem atividades lúdicas, no contra turno escolar, nas Associações Atléticas do Banco do Brasil de todo o país. O trabalho educacional engloba temas como educação ambiental, saúde e higiene, esporte e linguagens artísticas, possibilitando a construção de conhecimentos e o acesso à cidadania;
- Inclusão Digital consiste na tecnologia social “Estação Digital”, uma metodologia de implantação de telecentros e de formação de educadores sociais nas comunidades que não têm acesso a rede. As

unidades de inclusão têm como objetivo reduzir o índice de exclusão dos municípios, promover a iniciação à informática, propiciar formação e qualificação para o trabalho.

2.3 PARCERIAS

Para realizar sua missão, de articular e desenvolver ações sustentáveis de inclusão e transformação social, mobilizando parceiros e contribuindo para a promoção da cidadania, a Fundação Banco do Brasil tem como objetivo estratégico articular parcerias e alianças estratégicas que viabilizem a potencialização dos resultados de seus programas e projetos.

3. FUNDAÇÃO BRADESCO

3.1 HISTÓRICO

A Fundação foi criada em 1956, por Amador Aguiar, o fundador do Bradesco, como objetivo de proporcionar educação e profissionalização às crianças, jovens e adultos. As escolas constituem uma referência sociocultural nas regiões em que se encontram. Essas comunidades veem na Fundação possibilidades de ampliar horizontes de trabalho e de realizações.

3.2 PROJETOS

Há 54 anos a Fundação Bradesco visita o amanhã, integrada ao hoje, inquieta e responsável, aliando ensino e qualidade de vida. Os projetos da Fundação também são focados na educação, são eles:

- Educa + Ação foi criada pelo Banco e Fundação Bradesco, o programa visa integrar a iniciativa privada às escolas públicas, num esforço de elevar o padrão educacional dos alunos da rede pública. Alinhada com os objetivos da Fundação Bradesco e também em sinergia com os

desafios globais de melhoria da qualidade do ensino, como “Metas do Milênio” e “Todos pela Educação”, o programa capacita professores para a alfabetização de crianças até o final do segundo ano do Ensino Fundamental e garante que aprendam os conteúdos dos anos seguintes;

- Escola Virtual oferece cursos à distância nos seguimentos da Educação Básica, Educação Profissional e Educação de Jovens e Adultos. O Portal Escola Virtual tem capacidade para atender cerca de 150 mil alunos com cursos nas áreas: comportamental, tecnologia da informação e de formação continuada de profissionais da educação;
- Centros de Inclusão Digital (CIDs) são laboratórios de informática criados para as comunidades carentes, com o objetivo de promover a inclusão digital de suas populações e estimular a responsabilidade social, o empreendedorismo e ampliar as noções de cidadania.

3.3 PARCERIAS

Instituições brasileiras e estrangeiras também fazem parte da parceria com a Fundação. São profissionais, empresas, universidades, e organizações não governamentais apoiam e facilitam o trabalho da Fundação, respeitando a identidade do seu sistema educacional. Entre elas estão: Intel, Canal Futura, Bovespa, Microsoft e Fundação SOS Mata Atlântica.

4. FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL

4.1 HISTÓRICO

O Itaú sempre esteve comprometido com a comunidade e o desenvolvimento econômico e social do Brasil. Em 1993, criou o programa de Ação Comunitária para articular as ações sociais desenvolvidas pelo Banco. Em 2000 foi constituída a Fundação Itaú Social para estruturar e programar os

investimentos sociais da empresa, tendo como foco programas de melhoria das políticas públicas de educação e avaliação sistematizada de projetos sociais.

4.2 PROJETOS

A transformação e a conquista de um padrão de educação no Brasil, só ocorrerão com iniciativas contínuas e de grande alcance público. O Banco Itaú busca universalizar sua contribuição e conferir dimensão estratégica às suas iniciativas. As atividades estão disseminadas em diversos temas, abaixo alguns deles:

- Itaú Voluntário é uma iniciativa da Fundação e Banco Itaú e do Instituto Unibanco. Os próprios colaboradores podem apoiar os projetos, participar de oficinas e projetos que foram desenvolvidos por outros colaboradores;
- Itaú Criança foi criado em 2006 com o objetivo de contribuir para a garantia dos direitos da criança e do adolescente. São mobilizados colaboradores, clientes, parceiros e comunidade para fazer a divulgação.
- Itaú Solidário foi lançado em 2005 e tem como objetivo incentivar o exercício da cidadania e facilitar a doação de parte do imposto recolhido aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente.

4.3 PARCERIAS

Além das alianças estabelecidas para o desenvolvimento de seus programas, a Fundação Itaú Social também mantém, em regime de parceria, o apoio a importantes iniciativas alinhadas com seus princípios de atuação: Cenpec (Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária), Cidade Escola Aprendiz, FNPETI (Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil), Fundação Abrinq e UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a infância e Adolescência).

5. HISTÓRICO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

No Brasil, o movimento de apoio às atividades sociais teve grande propagação a partir do século XIX, logo após instituições de apoio social foram criados com o objetivo de destacar a importância das ações comunitárias para os negócios e para a sociedade.

A ideia de responsabilidade social até meados dos anos 30 era virtualmente desconhecida por grandes corporações. A percepção comum era que o desempenho da empresa deveria ser de acesso restrito para proteger os dividendos dos sócios. Países como a França e Reino Unido foram pioneiros na “contabilidade social”. Tal prática, aos poucos, seria adotada mundialmente de acordo com o crescimento do poder de aferição. No Brasil, o movimento de ação social, ganha impulso a partir dos anos 90 devido o surgimento de inúmeras Organizações Não Governamentais (ONGs) e com o desenvolvimento do terceiro setor.

6. CONCEITOS E DEFINIÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A empresa socialmente responsável cuida muito bem do meio ambiente e das comunidades carentes. Para Ashley (2002):

Responsabilidade social pode ser definida como um compromisso que a organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetem positivamente, [...] agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização [...] assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas

que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos.

Nesse conceito percebemos a importância do tema, pode-se dizer que a responsabilidade social é um conjunto de conceitos e ações que contribui para fazer um mundo melhor com a participação de todos, colaboradores, gestores e em principal a população.

Assim sendo, Schommer (2000), destaca três formas básicas de atuação social empresarial:

- Atuando eticamente em suas atividades produtivas (ambientes políticos adequados de recursos humanos, cooperação tecnológica, qualidade e gestão ambiental, maximização dos insumos, apoio ao desenvolvimento de empresas locais como fornecedores e distribuidores.);
- Mediante investimento social, não apenas através de doações filantrópicas, mas também compartilhando capacidade gerencial e técnica, desenvolvendo programas de voluntariado empresarial, adotando iniciativas de desenvolvimento comunitário;
- Mediante contribuição ao debate sobre políticas públicas, colaborando no desenvolvimento de políticas fiscais, educacionais, produtivas, ambientais e outras.

(FGV 2006, p. 27-8)

No entendimento de D`Ambrósio e Mello (apud Melo e Fróes), (2001):

“A responsabilidade social de uma empresa consiste na 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”.

Nessa perspectiva, o conceito de responsabilidade social corporativa é entendido como um compromisso da empresa com a sociedade na busca da melhoria da qualidade de vida da comunidade.

6.1 FILANTROPIA X RESPONSABILIDADE SOCIAL

Segundo Maia (2002):

Filantropia é uma ação social praticada isoladamente ou sistematicamente e não está relacionada à visão da empresa e sobre seu planejamento estratégico.

O instituto Ethos de Responsabilidade Social diferencia bem os dois temas:

“A filantropia é basicamente uma ação externa à empresa, que tem como beneficiária principal a comunidade em suas diversas formas (conselhos comunitários, organizações não governamentais, associações comunitárias) e organizações. A responsabilidade social é focada na cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com um público maior (acionista, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), cuja demanda e necessidade a empresa deve buscar entender e incorporar aos negócios. Assim, a responsabilidade social trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz.”

7. CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS SOCIAIS

Uma pesquisa realizada pela Market Analysis (Instituto de Pesquisa de Mercado e Opinião) para saber a opinião dos consumidores quanto à responsabilidade socioambiental das empresas, inclui as melhores e piores organizações na avaliação das pessoas.

Ao todo, foram entrevistados 810 pessoas de 18 a 69 anos, residentes nas nove principais capitais brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife, Salvador, Porto Alegre, Curitiba, Goiânia e Brasília, entre dezembro de 2009 e janeiro de 2010.

Ranking das melhores empresas em RSC - 2010		
1°	PETROBRAS	11,9%
2°	BANCO DO BRASIL *	8,6%
3°	COCA-COLA	7,1%
4°	VALE	4,4%
5°	BRADESCO	4,3%
6°	NATURA	3,5%
7°	NESTLÉ	2,6%
8°	NIKE	2,2%
9°	PONTO FRIO/ CASAS BAHIA	2,0%
10°	ITAÚ/UNIBANCO	1,7%

Fonte: MarketAnalysis, 2010.

* Banco do Brasil, Nossa Caixa, Caixa.

Conforme tabela acima, podemos ver os três bancos estudados, na décima posição o Itaú com 1,7 % dos votos, o Bradesco em quinto colocado com 4,3 % e em segundo temos o Banco do Brasil com porcentagem de 8,6 dos votos positivos.

8. MAXIMIZAÇÃO DE LUCROS

Os argumentos são questionados sobre a responsabilidade social de uma empresa, quando esta pretende realizar projetos sociais, por Milton Friedman, economista e Prêmio Nobel de Economia.

Milton Friedman tem sido o principal proponente da ideia de que a responsabilidade primária das empresas é maximizar lucros:

“Há uma, e apenas uma responsabilidade social das empresas: usar seus recursos e sua energia em atividades destinadas a aumentar seus lucros, contando que obedeçam às regras do jogo... (e) participem de uma competição aberta e livre, sem enganos e fraudes...”.

(JC 1999, p. 73)

A partir do conceito, pode-se entender que a tarefa principal da organização é aumentar o lucro da empresa por meio dos recursos organizacionais.

9. VANTAGENS COMPETITIVAS

Os investimentos aplicados em ações sociais cria um diferencial perante o mercado. Hoje cada vez mais empresas buscam esses investimentos. Estão preocupadas com a situação atual da população brasileira e também com o mercado. São inúmeras que já atuam dessa forma, possuindo até ambientes dedicados somente a colaboradores.

Contudo a responsabilidade social concede uma maior vantagem competitiva para a empresa, reconhecendo suas ações sociais, incentivando o cliente a

fazer escolhas conscientes buscando empresas que adotam cada vez mais critérios de sustentabilidade. Nessa visão temos grande valorização de clientes, colaboradores e fornecedores.

10. BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social é um mecanismo utilizado pelas empresas para tornarem público as suas intenções e compromissos, visando a transparência de suas atividades no trabalho da Responsabilidade Social Corporativa (RSC). A publicação mostra uma forma de diálogo com diferentes públicos que estão envolvidos com a empresa, sejam eles, colaboradores, consumidores, fornecedores, meio ambiente, governo e sociedade em geral. A proposta é de que o relatório contenha informações sobre o perfil do empreendimento, histórico da empresa, princípios e valores, governança corporativa, diálogo com partes interessadas e indicadores de desempenho econômico, social e ambiental. (ETHOS, 2011).

De acordo com Zarpelon (2006), é preciso seguir algumas metodologias antes de publicar o Balanço Social:

- Inventário Social: listar as ações tomadas pela organização, relativas ao contexto social;
- Relatório Social: é promulgado verbalmente, de acordo com os objetivos e as tomadas de ações relativas ao contexto social;
- Contabilidade de Gestão de Pessoas: atribuir valores monetários aos dispêndios com gestão de pessoas (treinamentos e qualidade de vida no trabalho);
- Relatório de Custos: lista todos os dispêndios relativos a Responsabilidade Social;
- Abordagem do Valor Agregado: realiza uma avaliação em relação ao valor agregado das ações voltadas para a Responsabilidade Social e repasse deste valor agregado para os seus *stakeholders*;

- Balanço de Lucros e perdas sociais: equaciona os benefícios e custos relacionados com a Responsabilidade Social sobre o denominador comum de valores monetários.

No Brasil a publicação do Balanço Social ainda não é regulamentada, isso gera grande número de erro nos indicadores e até mesmo pode ser encontrado informações fajutas. A criação de uma norma auxiliará muito na construção de um balanço completo e verdadeiro.

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tomando como referencial a discussão dos resultados, o projeto apresenta uma grande oportunidade de crescimento empresarial e social, tendo em vista seus pontos positivos sobre a questão empreendedora, que por sua vez demonstra sobre a preocupação de uma causa: a sociedade e seu impacto.

As ações estão diretamente envolvidas com programas de melhoria voltadas às diversas áreas, dentre elas estão: cultura, esporte, arte e lazer. Os fatores envolvidos são: Tecnologia, mais facilidade de acesso aos meios de comunicação; Educacional, mais pessoas frequentam escolas querendo informações e Cívica, ONGs que defendem os interesses e direitos, como promoção social e proteção ambiental. São projetos educacionais que alimentam desde a diversão até a aprendizagem.

A metodologia da Responsabilidade Social possibilita uma introdução à consciência organizativa e social, que pode ser desenvolvida de acordo com a iniciativa de projetos sociais. Quando micro e pequenas empresas assumem essa postura, ocorre uma mudança cultural profunda, que contribui para a construção de uma sociedade mais justa e solidária.

12.REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.

CERTO, Samuel C. **Administração Moderna**. 5. ed. Tradução de Maria Lúcia G. L. Rosa e Ludmila T. Lima; revisão técnica José Antonio D. Rios. São Paulo: Editora Prentice, 2003.

DAFT, Richard L. **Administração**. 4. ed. Tradução de Fernando G. Morales; revisão técnica Ana A. Ikeda. Rio de Janeiro: Editora LTC - Livros Técnicos e Científicos S.A, 1999.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle**. São Paulo: Editora Atlas, 4. Ed. 1996.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. **Empresas na Sociedade**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

ROBBINS, Stephen P. **Administração**. 4. ed. Tradução de Luiz Roberto M. Gonçalves. Rio de Janeiro: Editora Prentice-Hall do Brasil Ltda, 1998.

SAMARA & BARROS, Beatriz Santos & José Carlos de. **Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia**. São Paulo: Editora Makron Books, 1997.

SCHERMERHORN, John R. **Administração**. 5. ed. Tradução de Cecília Mattoso. Rio de Janeiro: Editora LTC-Livros Técnicos e Científicos S.A, 1999.

TENÓRIO, Fernando G. **Responsabilidade Social Empresarial**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

ALVES, Michael Jullier Gama. **A Empresa Socialmente Responsável**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/a-empresa-socialmente-responsavel/28666/>>. Acesso em: 18 jun. 2011.

ECO PLANET. **Responsabilidade Socioambiental: Instituto divulga Ranking de Empresas.** Disponível em: <<http://eco4planet.com/blog/2010/03/responsabilidade-socioambiental-instituto-divulga-ranking-de-empresas/>>. Acesso em: 09 dez. 2011.

CAMARGO, João M. Pires. **As vantagens Competitivas da Responsabilidade Social Empresarial.** Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7992>. Acesso em: 09 dez. 2011.

PALÀCIOS, Marcos Pili. **O que é o Balanço Social e quais os benefícios de sua utilização pelas Organizações.** Disponível em: <<http://www.rumosustentavel.com.br/o-que-e-o-balanco-social-e-quais-os-beneficios-de-sua-utilizacao-pelas-organizacoes>>. Acesso em: 09 dez. 2011.

13. ANEXO A - MODELO ENTREVISTA RESPONSABILIDADE SOCIAL

PIC – PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

RESPONSABILIDADE SOCIAL

I. CLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA

(INFORMAR O SETOR)

☐ INDUSTRIAL

☐ COMERCIAL

☐ PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

II. A EMPRESA CONTRIBUI COM ALGUM PROJETO SOCIAL?

☐ SIM

(RESPOSTA POSITIVA IR PARA QUESTÃO IV)

☐ NÃO

III. A EMPRESA PRETENDE INICIAR ALGUM PROJETO SOCIAL?

☐ SIM

☐ NÃO

IV. EM QUAL ÁREA O PROJETO É DESENVOLVIDO OU QUE SE PRETENDE DESENVOLVER?

☐ EDUCAÇÃO

☐ ESPORTE

☐ ARTE E CULTURA

☐ MEIO AMBIENTE

☐ FUNDAÇÃO

14. ANEXO B – MODELO BALANÇO SOCIAL

1 – Identificação						
Nome da empresa: Atividade econômica: [] comércio [] indústria [] serviço [] agronegócio Opção ao simples? [] não [] sim [] Municipal [] Estadual [] Federal						
2 - Indicadores econômicos	2007		2006			
	Valores em R\$	% sobre o FB	Valores em R\$	% sobre o FB		
Faturamento bruto (FB)	0		0			
Impostos e contribuições	0		0			
Folha de pagamento e encargos sociais	0		0			
3 - Indicadores sociais internos (investimentos sociais para funcionários - ver instruções)	2007		2006			
	Valores em R\$	% sobre o FB	Valores em R\$	% sobre o FB		
Alimentação	0		0			
Saúde	0		0			
Segurança no trabalho	0		0			
Educação/alfabetização, ensino fundamental, médio ou superior	0		0			
Capacitação e desenvolvimento profissional	0		0			
Creche ou auxílio-creche	0		0			
Outros	0		0			
Total dos investimentos sociais internos	0		0			
4 - Indicadores sociais externos (investimentos na comunidade - ver instruções)	2007		2006			
	Valores em R\$	% sobre o FB	Valores em R\$	% sobre o FB		
Gastos com filantropia/doações (financeiras, produtos e/ou serviços)/ajudas humanitárias	0		0			
	Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:		Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:			
Investimentos e incentivos ao voluntariado	0		0			
	Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:		Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:			
Investimentos em cultura/projetos culturais e/ou artísticos	0		0			
	Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:		Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:			
Investimentos em educação/alfabetização	0		0			
	Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:		Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:			
Outros	0		0			
	Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:		Nº pessoas beneficiadas: Nº entidades beneficiadas:			
Total dos investimentos sociais externos (R\$ e % sobre FB)	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!		
5 - Indicadores do corpo funcional	Empresário(a) /Sócios(as)	2007 Empregados(as)	Nº Total	Empresário(a) /Sócios(as)	2006 Empregados(as)	Nº Total
Nº de pessoas que trabalham na empresa (em 31/12)	0	0	0	0	0	0
Nº de admissões e novos(as) sócios(as) no período	0	0	0	0	0	0
Nº de demissões e saídas no período	0	0	0	0	0	0
Nº de pessoas beneficiadas com o primeiro emprego		0	0		0	0
Nº de estagiários(as) durante o período		0	0		0	0
Nº de pessoas com grau de parentesco com os(as) sócios(as)	0	0	0	0	0	0
Nº de pessoas não-alfabetizadas	0	0	0	0	0	0
Nº de pessoas acima de 45 anos	0	0	0	0	0	0
Nº de mulheres que trabalham na empresa	0	0	0	0	0	0
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	0	0	0	0	0	0
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	0	0	0	0	0	0
Nº de pessoas da MPE realizando trabalho voluntário na comunidade	0	0	0	0	0	0
6 - Indicadores relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2007			metas 2008		

Número total de acidentes de trabalho	0	0
	data definida com data	
soluções?	☐ Sim, periodicamente com data definida	definida
Existem medidas concretas em relação à segurança, à saúde e para garantir um bom ambiente de trabalho na empresa?	☐ Não ☐ Sim, fornecendo equipamentos ☐ Sim, realizando campanhas, capacitações e fornecendo equipamentos	☐ Não ☐ Sim, fornecendo equipamentos ☐ Sim, realizando campanhas, capacitações e fornecendo equipamentos
A empresa estimula a educação básica, ensino médio e superior (supletivo e regular) dos(as) funcionários(as)?	☐ Não ☐ Sim, para os(as) sócios(as) ☐ Sim, para todos(as)	☐ Não ☐ Sim, para os(as) sócios(as) ☐ Sim, para todos(as)
A empresa adota como prática selecionar/contratar pessoas nas comunidades próximas?	☐ Não ☐ Sim, parte do corpo funcional ☐ Sim, todos(as) os(as) funcionários(as)	☐ Não ☐ Sim, parte do corpo funcional ☐ Sim, todos(as) os(as) funcionários(as)
A empresa adota uma política regular de participação nos lucros ou resultados?	☐ Não ☐ Sim, para algumas pessoas ☐ Sim, para todos(as)	☐ Não ☐ Sim, para algumas pessoas ☐ Sim, para todos(as)
7 - Outras Informações		

Fonte Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas)