

RESPONSABILIDADE SOCIAL E BALANÇO SOCIAL: um estudo de caso do serviço social da indústria – departamento regional do Rio Grande do Norte

Ana Katarina Pessoa de Oliveira¹

Resumo

Partindo da conceituação de responsabilidade social e balanço social, objetiva-se mostrar como as entidades, com fins lucrativos ou não, podem e agregam valor à sociedade, com base, principalmente, no corpo funcional, meio ambiente, governo e comunidade. Responsabilidade social e balanço social são termos relativamente novos, que atualmente vêm evoluindo e ganhando adesão dos grandes empreendedores de negócios. Para alcançar este objetivo foi realizado um estudo de caso do tipo exploratório e descritivo no SESI – Serviço Social da Indústria – Departamento Regional do Rio Grande do Norte 1998-1999, utilizando a pesquisa bibliográfica e de campo, através de documentos internos da instituição. A elaboração do balanço social é uma forma de apresentar à sociedade o grau de comprometimento social das instituições, e o Serviço Social da Indústria no Rio Grande do Norte, mediante as dificuldades econômicas do país, está conseguindo, a cada dia, executar suas ações sociais.

Palavras-Chaves: Responsabilidade social; balanço social.

1 INTRODUÇÃO

Os resultados da abertura econômica, combinada com o processo de privatizações de grandes empresas públicas nacionais revelaram um custo alto para a população. Sente-se isto pelo aumento de impostos e contribuições, cortes nas verbas da saúde e da educação e um “aperto” geral sobre todos os Estados e Municípios do Brasil.

¹ Especialista em Contabilidade Gerencial – UFRN, Contadora do SESI-DR/RN, Professora da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

Sabe-se que o atual modelo econômico vem gerando enormes desequilíbrios: por um lado, muita riqueza e fartura no mundo; por outro, muita miséria, degradação ambiental e poluição.

Neste contexto de crise econômica, das relações de trabalho, de globalização, de privatizações, cresce a busca por valores éticos e a discussão sobre o papel das instituições como agentes sociais no processo de desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento sustentável refere-se à satisfação das necessidades do presente, sem comprometer a capacidade e as necessidades de futuras gerações. Atividade econômica, meio ambiente e bem-estar da sociedade formam a base do desenvolvimento sustentável.

Denota-se, então, a grande responsabilidade do governo e dos serviços autônomos para com a sociedade. Considerando isto, e, por natureza, serem sociais, nada mais justo que estes segmentos elaborem e publiquem seus balanços sociais, pois assim tornarão transparente sua dimensão social.

Kanitz (2000, p. 1) afirma que o primeiro setor é o governo, responsável pelas questões sociais. O segundo setor é o privado, responsável pelas questões individuais. Com a falência do Estado, o setor privado começou a ajudar nas questões sociais através de inúmeras instituições que compõem o terceiro setor.

O terceiro setor é constituído por fundações, ONGs – Organizações Não Governamentais, empresas com responsabilidade social, empresas doadoras, entidades beneficentes, fundos comunitários, elite filantrópica, pessoas físicas, imprensa, empresas juniores sociais e entidades sem fins lucrativos.

Voltado para o cumprimento da sua responsabilidade social e numa visão de construção coletiva em busca de ações de cunho social, organizacional e educacional, o *Serviço Social da Indústria – Departamento Regional do Rio Grande do Norte* como entidade sem fins lucrativos desenvolve e executa projetos nas áreas de saúde, lazer, educação, atenção à mulher, preservação do meio ambiente, incentivos socioculturais, contribuições para a melhoria da qualidade de vida e de trabalho, erradicação da pobreza, geração de renda e criação de postos de trabalho.

Existem diversos modelos de Balanço Social aplicados nos Estados Unidos, Holanda, Suécia, Alemanha, Inglaterra, França, Portugal e Bélgica. Os modelos propostos no Brasil são os da Comissão de Valores Mobiliários - CVM, do

IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, do Projeto de Lei n.º 3.116, de 1997, das deputadas federais Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling e da Lei n.º 8.118, de 1998, do vereador Hélio Corbelini (BATISTA, 1999, p. 11-12).

Aplica-se aqui, o modelo do balanço social criado pelo IBASE - Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas, pela sua simplicidade e objetividade, tomando como base de cálculo parte do balanço patrimonial (ou orçamentário) da instituição, não gerando custo adicional para sua elaboração.

O IBASE criou um selo social que certifica as empresas preocupadas com a responsabilidade social. Para obtenção deste selo social a empresa preenche o modelo sugerido pelo IBASE e envia-o para uma avaliação. Estando de acordo, a empresa pode publicá-lo no relatório de atividades sociais, no balanço contábil ou na imprensa, utilizando o “Selo Balanço Social Ibase/Betinho”. Passa assim, a ter o direito de utilizar o Selo em documentos, produtos, serviços e embalagens., podendo as mesmas, através de seus anúncios, embalagens de produtos, mostrar seu comprometimento com a qualidade de vida da sociedade.

Para atender ao objetivo aqui proposto serão apresentadas definições, origens, e apontados os principais beneficiários acerca de responsabilidade social e balanço social. E, para servir de incentivo para outras instituições, será demonstrado o Balanço Social Comparativo de 1999-1998, conferindo nele a legitimidade do seu conteúdo.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E BALANÇO SOCIAL

2.1 Responsabilidade social

Foi nos Estados Unidos, um país de grande liberalismo capitalista que, a partir dos anos 30, a idéia de responsabilidade social foi introduzida no mundo dos negócios. Contudo, na década de 60, começaram a surgir protestos e contestações que polarizaram as atenções do público para alguns problemas-chaves – a utilização de recursos raros e a poluição (CARNEIRO, 1994, p. 69).

A preocupação com os impactos da ação do homem sobre o planeta vem disseminando nos meios de comunicação, no meio dos negócios e na sociedade como um todo um termo denominado “Responsabilidade Social”.

Muitos são os conceitos de Responsabilidade Social, todos o relacionando com o comportamento ético e moral das empresas junto à sociedade. Eis alguns:

“Responsabilidade Social é o compromisso contínuo das pessoas pelo comportamento ético, pela contribuição ao desenvolvimento econômico e melhoria da qualidade de vida da sociedade.” (ASHLEY, 2000, p. 1)

Segundo Villela (1999, p. 2):

O termo responsabilidade social nada mais é que o comprometimento do empresário com a adoção de um padrão ético de comportamento, contribuindo para o desenvolvimento econômico, uma estratégia que não só melhora a qualidade de vida de seus funcionários, mas a multiplica por meio de suas famílias, da comunidade, da sociedade.

Reforçando as afirmações acima, Responsabilidade Social é um compromisso que deve ser assumido por todos os entes da sociedade, sejam eles empresas ou cidadãos comuns, e devendo cada um incorporar valores e critérios em suas atitudes, sejam sociais, ambientais ou econômicas.

A terminologia “Responsabilidade Social” significa ampliação das responsabilidades dos indivíduos, das empresas, e do governo em relação aos seus papéis como construtores do desenvolvimento do país.

Em meio à crise enfrentada ao longo desses anos, falar em Responsabilidade Social parece ser demagogia. Porém, pretende-se mostrar que este aspecto social deve ser focado na gestão empresarial, cada vez mais com ênfase, não somente por causa de considerações de natureza ética, mas também porque é um bom negócio (URAS, 1999, p. 1-2).

Em trabalho elaborado pela Universidade Federal de Pernambuco, intitulado Responsabilidade Social em Empresas – um estudo no Nordeste do Brasil (MELLO, 2000, p. 1-2), destaca-se:

... empresas que assumem uma dimensão ética e socialmente responsável ganham o respeito das populações e comunidades com as quais interagem, o que normalmente se traduz na preferência do público consumidor.

A consciência da responsabilidade social torna as empresas mais competitivas, ganham credibilidade e respeito, pois hoje os consumidores estão mais

atentos e exigentes na hora de escolher produtos e serviços e, à medida que as empresas se preocupam com o meio ambiente, com a qualidade de vida, com os seus empregados e respectivos familiares, elas beneficiam a sociedade como um todo e, sem dúvida, ganham mercado.

Tratando bem os funcionários, o que também inclui salários decentes, é a hora de investir nos clientes. Com atitudes como a do mural, o empresário acaba criando um vínculo com sua comunidade. As pessoas que utilizam esse serviço acabam se tornando clientes fiéis da empresa.

É interessante perceber que existe o encadeamento do *social*. Por quê? Primeiro, porque a sociedade é constituída por pessoas; as empresas são geradas dentro do ambiente social, nas necessidades sociais, na indigência de cada indivíduo e da coletividade; as empresas se desenvolvem na medida em que essas necessidades sociais se produzem e na medida em que a sociedade se desenvolve e as empresas são capazes de servir produzindo o que satisfaz à sociedade.

A otimização do lucro a curto prazo não pode permanecer como objetivo único das atividades da empresa. O trabalhador entrega à empresa seu tempo, energia física e psicológica, compromisso, criatividade, lealdade. Em contrapartida, quer receber salário digno, benefícios sociais, desenvolvimento pessoal e profissional, estabilidade no emprego, reconhecimento, entre outros (GONÇALVES, 2000, p. 12-13).

O mundo atual tem testemunhado as crescentes expectativas da sociedade, não apenas em relação a produtos e serviços oferecidos pelas empresas, mas também a novas oportunidades de emprego, preservação do meio ambiente, saúde, educação, condições urbanas.

É imprescindível que as empresas estabeleçam um objetivo maior do que a busca do lucro, pois assim proporcionará aos seus empregados, administradores, acionistas, clientes e fornecedores um clima de humanização e responsabilidade social, melhorando e valorizando a imagem da empresa, e conseqüentemente, o seu produto.

Infelizmente, a sociedade brasileira apresentava características culturais que, em primeiro lugar estavam os interesses dos acionistas e, posteriormente, em segundo plano, os interesses das outras partes constituintes. Hoje pode-se perceber que essa cultura já está mudando.

Durante o Seminário “Responsabilidade Social Empresarial”, promovido pelo Instituto Ethos em São Paulo, a idéia central que permeou os temas aborda-

dos foi que uma atitude socialmente responsável está convertendo-se em um diferencial tanto mais importante quanto mais competitivo torna-se o mercado. Empresas brasileiras engajadas em causas sociais estão levando vantagem na disputa de clientes, na contratação de talentos e até na relação com fornecedores.

Em meio à globalização, às mudanças de mercado, o mundo atual está enfrentando barreiras que modificam e atingem a vida das pessoas, tornando-a dependente do desenvolvimento das empresas. E, se as empresas não conseguem suprir as reais necessidades do seu corpo funcional, em consequência, não conseguirão lograr êxito em suas atividades e levarão a sociedade ao caos. A distribuição de renda, o equilíbrio do Estado e a qualidade de vida dos cidadãos são fatores que dependem do progresso das empresas.

A atuação das empresas brasileiras socialmente responsáveis é absolutamente necessária, pois a possibilidade de eliminação da miséria pode dar a todos condições de vida verdadeiros cidadãos.

São inúmeras as áreas de responsabilidade social em que as empresas podem investir (BATISTA, 1999, p. 11): empregados, consumidores, credores, fornecedores, donos do capital, meio ambiente, comunidade onde está inserida e sociedade em geral.

Falar em preocupação com os seus empregados é o mesmo que dizer qualidade de vida do trabalhador. Gonçalves (2000, p. 14) conceitua: "... qualidade de vida do trabalhador é o conjunto de condições que permitem a plena realização do homem como pessoa, isto é, em sua realidade biológica, intelectual, familiar e social."

Na realidade *familiar* não podem ser esquecidos a habitação, a alimentação, a higiene da casa, o vestuário, a segurança, o atendimento médico-hospitalar. Quanto à vida *social*, o lazer do trabalhador, a orientação social, as festividades e confraternizações fora do ambiente de trabalho são pontos que devem fazer parte da estratégia administrativa de toda empresa.

A preocupação com o meio ambiente está intimamente ligada aos empregados, consumidores, sociedade em geral, pois conforme Ribeiro (2000, p. 1), a sociedade sobrevive dos benefícios gerados pelas atividades econômicas, bem como sofre os impactos destas. Os efeitos nocivos decorrentes destas atividades não internalizados oneram o meio externo, atingindo financeiramente as famílias e governos locais, obrigando estes a realizar maiores investimentos na área de saúde: aquisição de medicamentos, implementação de novos postos e de equipamentos hospitalares.

Empresas protetoras do meio ambiente têm credibilidade junto a consumidores e investidores, já havendo, em alguns países, fundos especializados em investir em empresas que protegem o ambiente.

As relações entre o econômico e o social estão em constante evolução. A discussão sobre desenvolvimento econômico, social e tecnológico tomou nova dimensão nestes últimos anos.

2.2 Balanço social

O termo “Balanço Social” significa essencialmente a representação das atividades de uma entidade a serviço da comunidade.

Freire (1999, p. 1) conceitua Balanço Social como: “conjunto de informações com base técnica-contábil, gerencial e econômica, capaz de proporcionar uma visão da relação capital-trabalho no que diz respeito aos seus diferentes aspectos econômicos-sociais.”

Segundo Suplicy (1997, p. 1):

O balanço social é um documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como forma de sua interação com a comunidade e sua relação com meio ambiente.

Para Luca (1998, p. 23), o balanço social “é um instrumento de medida que permite verificar a situação de uma empresa no campo social, registrar as realizações efetuadas neste campo e, principalmente, avaliar as relações ocorridas entre o resultado da empresa e a sociedade”.

Pode-se notar que os conceitos acima dados pelos autores convergem sempre para um mesmo ponto, o de colocar a sociedade a par das ações políticas sociais das entidades. Isto mostra a consciência e a preocupação com a transparência de suas ações.

As demonstrações contábeis exigidas pela Lei 6.404/76 são puramente econômico-financeiras, deixando de lado valores sociais do tipo qualitativo-quantitativo que as entidades empregam em favor da sociedade.

Segundo Gonçalves (2000, p. 12), o balanço social – como instrumento de avaliação – tem importante papel na sociedade na correção de uma falha freqüentemente apontada no planejamento empresarial. Ou seja, as atividades humanas e sociais dentro da empresa não têm um gerenciamento adequado.

A elaboração da referida demonstração possibilita às empresas a identificação dos seus principais problemas, nos campos humano e social, e sendo elaborado de forma correta, não apenas destacando as ações de beneficência, o balanço social torna-se uma ferramenta fundamental para incrementar a competitividade das empresas.

Basicamente, o balanço social pode propiciar informações aos acionistas, empregados, investidores/fornecedores, clientes, governo e sociedade em geral.

Com a elaboração do balanço social as entidades poderão perceber, com indicadores claros, o que realmente fazem para integrar, interiorizar, agregar valor aos seus próprios negócios e à sociedade, além de estimular o controle social sobre o uso dos incentivos fiscais ou outros mecanismos de compreensão de gastos dos trabalhadores, contribuindo para o encorajamento à crescente participação das empresas na busca de maior desenvolvimento humano e vivência da cidadania.

2.2.1 Balanço social do SESI/DR/RN 1998-1999

1) Base de Cálculo	1999	1998
	Valor (Mil Reais)	Valor (Mil Reais)
1.1) Receita líquida	10.714,74	9.738,12
1.2) Lucro operacional (Superávit)	89,91	83,59
1.3) Folha de pagamento bruta	3.466,45	3.315,23

2) Indicadores laborais	Valor (R\$)	%Sobre 1.2	%Sobre 1.1	Valor (R\$)	%Sobre 1.2	%Sobre 1.1
	2.1) Alimentação	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.2) Encargos sociais compulsórios	1.299,83	1.445,65	12,13	1.199,06	1.434,49	12,31
2.3) Previdência privada	423,52	471,04	3,95	429,46	513,78	4,41
2.4) Saúde	167,45	186,24	1,56	162,50	194,40	1,67
2.5) Educação	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.6) Creches / auxílio creche	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.7) Participação nos lucros ou resultados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.8) Outros benefícios	255,24	283,87	2,38	190,37	227,74	1,95
Total – Indicadores Laborais (2.1 a 2.8)	2.146,04	2.386,80	20,03	1.981,37	2.370,42	20,35

3) Indicadores sociais	Valor (R\$)	%Sobre 1.2	%Sobre 1.1	Valor (R\$)	%Sobre 1.2	%Sobre 1.1
3.1) Tributos (excluídos encargos sociais)	46,84	52,10	0,44	38,21	45,71	0,39
3.2) Contribuições para a Sociedade/investimentos na cidadania:	8.211,35	9.132,56	76,64	7.242,19	8.664,19	74,37
3.2.1) Educação e cultura	3.095,55	3.442,83	28,89	2.268,01	2.713,33	23,29
3.2.2) Saúde e saneamento	2.992,51	3.328,24	27,93	2.260,39	2.704,22	23,21
3.2.3) Habitação	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2.4) Esporte e lazer	1.836,50	2.042,54	17,14	2.329,09	2.786,41	23,92
3.2.5) Creches	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2.6) Alimentação	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2.7) Outros	286,78	318,96	2,68	384,69	460,23	3,95
3.3) Investimentos em meio ambiente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.3.1) Relacionados com a operação da Empresa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.3.2) Em programas / projetos externos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total – Indicadores Sociais (3.1 a 3.3)	8.258,19	9.184,66	77,07	7.280,40	8.709,90	74,76

4) Indicadores do corpo funcional	Total	Total
4.1) N.º de empregados ao final do período	549	532
4.2) N.º de admissões durante o período	30	84
4.3) N.º de mulheres que trabalham na Empresa	368	360
4.4) % de cargos de chefia ocupados por Mulheres	57	54
4.5) N.º de empregados portadores de Deficiência	-	-

5) Outras informações relevantes quanto ao exercício da responsabilidade social

Fonte: Balanço Orçamentário – Dezembro 1999 do SESI/DR/RN

2.2.2 Instruções para o preenchimento do balanço social

Instruções para o preenchimento	Itens incluídos
Indicadores	
1.1) Receita Líquida	1 Receita bruta excluída dos impostos e contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais
1.3) Folha de Pagamento Bruta	2 Valor total da folha de pagamento
2.1) Alimentação	3 Restaurante, ticket-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados
2.3) Previdência Privada	4 Planos especiais de aposentadoria, fundações previdenciárias, complementações de benefícios aos aposentados e seus dependentes
2.4) Saúde	5 Plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de Qualidade de vida e outros gastos com saúde, inclusive dos aposentados
2.5) Educação	6 Treinamentos, programas de estágios (excluídos salários), reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca (excluído pessoal), e outros gastos com educação e treinamento de funcionários

2.6) Creches / Auxílio Creche	7	Creche no local ou auxílio creche aos funcionários
2.7) Participação nos lucros ou resultados	8	Participações que não caracterizem complemento de salários
2.8) Outros benefícios	9	Seguros (parcela paga pela empresa), empréstimo (só o custo), gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e outros benefícios oferecidos aos empregados
3.1) Tributos (excluídos enc. Sociais)	10	Impostos, contribuições e taxas federais, estaduais e municipais
3.2) Contribuições para a Sociedade / Investimentos na Cidadania	11	Investimentos na comunidade (não incluir gastos com empregados)
3.3.1) Relacionados com a operação da empresa	12	Despoluição, gastos com a introdução de métodos não-poluentes e outros gastos que visem maior qualidade ambiental na operação da empresa
3.3.2) Em Programas / Projetos Externos	13	Despoluição, conservação de recursos ambientais, campanhas ambientais e outros
5) Outras informações	14	Espaço disponível para que a empresa agregue outras informações que considere reveladoras de sua ação social

Fonte: <http://www.ibase.org.br/paginas/bsmodelo.html>, 1999, p.1

3 CONCLUSÃO

Após analisar, através de pesquisa bibliográfica e de campo, pôde-se constatar que já passou o tempo em que as empresas tinham uma visão de uma organização como um sistema fechado. A racionalidade interna de uma organização cujas estratégias e objetivos únicos são a elevação exclusiva do lucro, sem se preocupar com a satisfação do trabalhador, com a reação dos clientes e com seus bens/serviços produzidos, está deixando a empresa cada vez mais distante de um futuro promissor.

Acerca da qualidade de vida do trabalhador, tanto no ambiente de trabalho, como fora dele, constata-se que a satisfação do trabalhador é um fator considerável no aumento da produtividade, levando o empresariado a repensar sobre o que pode ser feito em favor daqueles que entregam sua força de trabalho, sua inteligência e criatividade dentro de suas empresas.

Observa-se, que além dos funcionários satisfeitos, as empresas também têm que atender às aspirações da sociedade. E, assim, os clientes, os fornecedores, o meio ambiente, devem ser beneficiados também.

Cada entidade, seja ela com fins lucrativos ou não, tem uma razão de existir. Cada uma tem um objetivo ou uma função a desempenhar, mas toda entidade, por diferente que seja, deve imbuir-se de sua responsabilidade social.

Mesmo diante das incertezas do processo econômico brasileiro, o Serviço Social da Indústria – Departamento Regional do Rio Grande do Norte está na incessante busca de melhoria do atendimento e da qualidade das ações desenvolvidas junto à comunidade.

O tema aqui é uma amostra de como pode-se elaborar um balanço social, e a quem se destina. Destarte, propõe-se a elaboração de balanços sociais focados e ordenados nessa essência, fazendo uma avaliação da participação do *SESI/DR/RN* e do empresariado potiguar no desenvolvimento do país, estimulando a ampliação da contribuição social não como oportunismo ou estratégia mercadológica, mas como ação necessária, legítima e consistente.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Responsabilidade social corporativa**. Disponível em: <<http://www.alternex.com.br/~patiagpucurio/apresentação.html>>. Acesso em: abr. 2000.

BATISTA, Halcima Melo. **Proposta de um modelo de balanço social**: um estudo de caso na Vicunha Nordeste S/A – Indústria Têxtil – Unidade Natal/RN – 1995-1999. Natal. UFRN/Programa de Pós-Graduação em Administração, 1999 (Projeto de Dissertação de Mestrado).

CARNEIRO, Guido Antônio da Silva. **Balanço social**: histórico, evolução e análise de algumas experiências selecionadas. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1994 (Dissertação de Mestrado)

FREIRE, Fátima de Souza. **Balanço social**. Fortaleza: Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Ceará, 1999.

GONÇALVES, Ernesto Lima. **No Brasil, algumas lições importantes**. Disponível em: <<http://www.fides.org.br/fides.bal.locais.html>>. Acesso em abr. 2000.

KANITZ, Stephen. **O que é o terceiro setor?** Disponível em: <www.filantropia.org/oqueeterceirosetor.htm>. Acesso em abr. 2000.

LUCA, Márcia Martins Mendes de. **Demonstração do valor adicionado**. São Paulo: Atlas, 1998.

MELLO, Sérgio Benício de. **Responsabilidade social e empresas**: um estudo no

Nordeste do Brasil. Disponível em: <http://www.savethechildren.org.br/empresas_p_02.htm>. Acesso em abr. 2000.

RIBEIRO, Carlos A.C.. **A responsabilidade social da empresa: uma nova vantagem competitiva.** *Revista de Administração de Empresas*, Rio de Janeiro, n. 33, jan./fev., 1993.

RIBEIRO, Maísa de Souza. **Balanco social.** Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em abr. 2000.

ROESCH, Sylvania Maria Azevedo. **Projetos de estágio do curso de administração:** guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalho de conclusão de curso. São Paulo: Atlas, 1996.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI/DR/RN. **Relatório anual de atividades, 1998.**

_____. **Relatório anual de atividades, 1999.**

SUCUPIRA, João. **A responsabilidade social das empresas.** Disponível em: <<http://www.ibase.org.br/paginas/bssucupira.html>>. Acesso em jun. 1999.

SUPLICY, Marta; TAVARES, Maria da Conceição; STARLING, Sandra. **Projeto de Lei N.º 3.116, de 1997** cria o Balanço Social para as Empresas que Menciona e dá Outras Providências. 1997.

TORRES, Ciro. **Responsabilidade social e transparência.** Disponível em: <<http://www.ibase.org.br/paginas/bsciro.html>>. Acesso em jun. 1999.

URAS, Francisco Paulo. **A Responsabilidade social é um bom negócio?** Disponível em: <<http://www.fiesp.org.br/foco/social/artigo2.htm>>. Acesso ago. 1999.

VILLELA, Milú. **Respeito e responsabilidade social**, Folha de São Paulo, 26 jul. 1999. p. 1-3

Abstract

Starting from the concept of social responsibility and social balance, with the objective of showing as the entities with profitable aims or not, may and add value to society, based mainly in the functional body, environment, government and community. Social responsibility and social balance are relatively new terms, which at the present has been improving and getting more people involved in the big business entrepreneurs. To reach this objective, a exploratory and descriptive case-study was conducted at SESI – Serviço Social da Indústria – Industrial Social Service-Regional Department of Rio Grande do Norte 1998-1999, using a bibliographical and field research, through the institution internal documents. The working out of a social balance is a way to show society the level of social commitment of the institutions, and the Industrial Social Service of Rio Grande do Norte, through the economical difficulties of the country is able to put its social actions into practice in the daily basis.

Key words: *Social responsibility; social balance.*

