

(X) Graduação () Pós-Graduação

BALANÇO SOCIAL: ANÁLISE DOS INDICADORES SOCIAIS DE UMA EMPRESA BRASILEIRA NO SETOR DE VESTUÁRIO

Rosa Beatriz de Araújo 1,
UFMT,
rosabeatrizdearaujo@gmail.com

Larissa Fernanda de Oliveira Andrade 2,
UFMT,
larisa.fernanda.andrade@hotmail.com

RESUMO

O Balanço Social evolui conforme as necessidades e exigências sociais, de modo indispensável para entender como as organizações afetam o social e o ambiental. Visto que o maior bem que uma entidade possui são os seus colaboradores e, por isso, a origem dos Indicadores Sociais que determinam as consequências das atividades das empresas em relação a eles. Diante desta percepção, e devido a importância da temática no contexto organizacional, este estudo tem como objetivo analisar os indicadores sociais de uma empresa brasileira no setor de vestuário, concentrando-se no que se refere a mão de obra produtiva ao seu histórico em ações sociais. A metodologia se deu por meio de revisão bibliográfica e documental dos relatórios publicados relativos ao ano de 2018, e de forma exploratória e explicativa do estudo de caso. Apresenta inicialmente breve descrição dos tipos de Balanço Social; a apresentação dos seus indicadores sociais da empresa, demonstrando no que tange aos benefícios sociais e suas particularidades. Inclusive a realização de um comparativo entre as diretrizes propostas pela GRI e o relatório reportado pela empresa. Concluiu-se que os indicadores sociais da empresa estão em conformidade com as diretrizes.

Palavras-chave: Balanço Social; Indicadores Sociais; Contabilidade Social.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da contabilidade está diretamente atrelado ao desenvolvimento humano e a evolução da sociedade. Devido aos questionamentos dos seres humanos quanto a qualidade de vida, os papéis sociais das empresas e no caso específico do Brasil, a redemocratização, surge a Contabilidade Social visando mensurar e evidenciar os custos e benefícios sociais das entidades.

Para acompanhar os impactos sociais da entidade criou-se o Balanço Social, que compreende um conjunto de informações quantificadas onde as empresas conseguem verificar o desenvolvimento de suas atividades de recursos humanos e medir seu desempenho na implementação de programas sociais. O Balanço Social também é uma forma dos colaboradores das empresas obterem informações dos fatos econômicos e sociais que aconteceram ou acontecem em seu local de trabalho, bem como, serem reportadas aos investidores e demais stakeholders.

O Balanço Social é formado através dos indicadores que estão contidos em 5 (cinco) macro grupos, sendo: as atividades exercidas pelas entidades; balanço de pessoas/recursos humanos; demonstração do valor adicionado (DVA); indicadores ambientais do balanço ambiental e a responsabilidade social e pública das organizações. A forma que os indicadores podem ser apresentados dependerá de qual macro grupo a entidade pretende destacar.

No que tange à elaboração e divulgação de informações socioambientais no contexto de Balanço Social enquanto Relatório de Sustentabilidade existem os seguintes modelos de apresentação a se seguir: NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental criado pelo Conselho Federal de Contabilidade; Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas (IBASE) desenvolvido pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM); Guia de Elaboração do Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade desenvolvido pelo Instituto Ethos; e Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade (DRS) publicado pela Global Reporting Initiative (GRI).

Segundo a GRI, o relatório deve demonstrar temas e indicadores atrelados aos impactos econômicos, ambientais e sociais significativos da organização. Devido ao seu histórico em ações sociais tais como a campanha contra o câncer de mama e a importância da Fundação Hermann Hering, este estudo escolhe a Cia Hering para análise de seus indicadores sociais, reportados em seu Balanço Social do ano de 2018. Diante disto, este trabalho tem como objetivo analisar os indicadores sociais da Cia Hering concentrando-se nos indicadores referentes a mão de obra produtiva.

O Balanço Social é uma forma ética e transparente de relação entre as empresas e a sociedade que propicia o desenvolvimento sustentável respeitando a diversidade e diminuindo a desigualdade social.

2 REVISÃO DA LITERATURA

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

A evolução da sociedade fez surgir no final do século XX questionamentos quanto a responsabilidade das empresas em relação a preservação do meio ambiente e aos direitos humanos. Mediante a isto, nasce o movimento de Responsabilidade Social das Empresas (RSE) que passou a abranger um conjunto de ações para atender demandas sociais originadas em populações em condições de vulnerabilidade social. (REIS, MEDEIROS, 2011)

O conceito teórico sobre RSE surgiu na década de 50 com sua literatura formal aparecendo nos Estados Unidos e Europa. Os pesquisadores tinham como principal preocupação a autonomia dos negócios sem a devida atenção aos efeitos negativos de suas atividades como por exemplo a exploração do trabalho. Tentando minimizar os impactos negativos, empresários começam a contribuir com atividades que beneficiam a comunidade por uma obrigação moral como uma forma de filantropia (BORGER, 2013).

A Responsabilidade Social Empresarial segundo diversas Instituições nacionais e internacionais que trabalham pelo desenvolvimento sustentável, é “definida pela relação que a empresa estabelece com todos os seus públicos (*stakeholders*) no curto e no longo prazo” (INSTITUTO ETHOS, 2007).

Segundo o Instituto Ethos (2007) o cumprimento da lei não torna uma empresa socialmente responsável. A RSE engloba desde o código de ética, mecanismos contra a corrupção até ao apoio às mulheres e as pessoas não brancas, estendendo esses valores a toda cadeia produtiva. Ressalta-se neste momento a diferença entre RSE de filantropias e ações sociais, considerando que a ação benéfica das entidades sem estar atrelada a uma série de outras iniciativas e aspectos, não podem ser denominadas como responsabilidade social.

É necessário que haja um comportamento ético e transparente da instituição para que as tomadas de decisões possam incluir os possíveis impactos sociais. Nesse contexto a ISO 26000 define:

A responsabilidade social se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. Isso implica um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável. (ISO 26000, 2010)

Diante disso, a RSE não pode ser incorporada somente dentro da organização, e deve estar nas relações que a entidade estabelece juntamente com a análise dos interesses das partes.

Lin (2021) em seus estudos destacou que Fuoli (2012, 2018) e Hart (2014) descobriram que as empresas podem usar expressões de posicionamento e recursos de avaliação estrategicamente no relatório de RSE para ganhar confiança e promover uma identidade corporativa positiva. Ainda de acordo com Lin (2021) ao analisar a função promocional do relatório de RSE, alguns estudiosos sugeriram que as representações de comportamentos socialmente responsáveis contribuem para manter a legitimidade organizacional.

Norma Técnica

A Norma Internacional ISO 26000:2010 - Diretrizes sobre Responsabilidade Social, é a base da norma brasileira NBR 16001:2012 que estabelece requisitos mínimos para gestão da RSE. A NBR 16001 orienta que para implantação da RSE a organização deve:

Estabelecer, implementar e manter procedimentos documentados para identificar e priorizar as partes interessadas, bem como as suas expectativas e interesses; identificar as questões pertinentes a sua responsabilidade social, considerando os seguintes temas centrais: governança organizacional; direitos humanos; meio ambiente; práticas leais de operação; questões relativas ao consumidor envolvimento e desenvolvimento da comunidade. (NBR 16001, 2012)

Diferente da norma internacional ISO 26000, que apresenta orientações e diretrizes, a NBR 16001 traz requisitos a serem cumpridos pelas entidades caso desejem declará-la. Essas regras facilitam a verificação do exercício da norma sejam através de auditorias internas ou por auditorias externas.

BALANÇO SOCIAL

A partir da ideia de responsabilidade social surge o Balanço Social que é a evidenciação e divulgação das relações sociais entre a empresa e o meio ambiente, sendo este interno e externo a ela (REIS; MEDEIROS, 2011).

De acordo com Reis e Medeiros (2011), o Balanço Social na América Latina, diferente dos continentes mais desenvolvidos, prioriza em destacar aspectos internos da entidade como por exemplo nível de remuneração, condições físicas e ambientais de trabalho, assim como no bem-estar social, ou seja, responsabilidades que abrangem os funcionários. Sendo assim, o Balanço Social neste continente leva em consideração a problemática social existente nos países em desenvolvimento.

Tinoco (2010) define Balanço Social, como sendo:

Um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, de forma mais transparente possível, informações contábeis, econômicas, ambientais e sociais do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários da informação, na busca do desenvolvimento sustentável. (TINOCO, 2010, p.7)

Mediante as informações comunicadas pela entidade, os diferentes usuários podem avaliá-las, compreendê-las e, se necessário, até questioná-las. Portanto, é necessário que haja um cuidado e uma exatidão na publicação destas informações. No que tange a busca pelo desenvolvimento sustentável, Tinoco (2010) critica a forma como o Balanço Social é feito no Brasil, pois segundo ele não existe o preceito básico de evidenciação, sendo assim, há somente o registro das atividades operacionais desconsiderando a relação da entidade na vida social e o relacionamento da mesma com seus *stakeholders*.

A sociedade atual não exige somente relatórios de ordem financeira e patrimonial, e sim uma demonstração das alterações patrimoniais no ambiente social e ambiental. O Balanço Social, portanto, é uma forma da entidade prestar contas à comunidade referente às suas ações, independente dessas terem sido boas ou más (OLIVERA *et. al.* 2011).

Modelos de Balanço Social

Diante da necessidade de demonstrar as ações das entidades através do Balanço Social, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) criou a NBC T15 - Informações de Natureza Social e Ambiental. Esta norma comprehende que as informações a serem apresentadas para a sociedade de natureza social e ambiental, são: a geração e distribuição de riqueza; os recursos humanos;

a interação da organização com o ambiente externo; e a interação com o meio ambiente (Resolução CFC 1003, 2004).

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) colaborando com o Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e com o sociólogo Herbert de Souza (Betinho) apresentou um modelo de Balanço Social adotado por diversas empresas brasileiras.

O modelo é composto por 43 indicadores quantitativos e 8 qualitativos distribuídos nas sete seguintes categorias:

- Base de cálculo: informações financeiras tais como receita líquida e folha de pagamento bruta;
- Indicadores Sociais Interno: investimentos obrigatórios e voluntários destinados aos funcionários;
- Indicadores Sociais Externos: Ações realizadas visando a sociedade. São investimentos voluntários em projetos voltados para diferentes áreas tais como educação, saúde, combate a fome, esporte entre outros;
- Indicadores Ambientais: Investimentos para compensar os impactos ambientais da companhia bem como melhorias no processo produtivo que diminuam esses impactos;
- Indicadores do Corpo Funcional: Informações que identificam os colaboradores da empresa. Ressalta-se a observação dos cargos de chefia ocupados dentro da empresa por grupos historicamente discriminados no país (mulheres e negros);
- Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial: Indicadores que demonstram a participação interna e a distribuição dos benefícios;
- Outras Informações: Espaço reservados para informações relevantes à compreensão do Balanço Social e para as empresas que solicitam o “Selo Balanço Social Ibase/Betinho” é o espaço reservado para apresentar outras obrigatoriedades. (IBASE, 2008)

A *Global Reporting Initiative* (GRI) é uma organização internacional que desenvolveu diretrizes para a elaboração do relatório de sustentabilidade sendo possível compreender o desempenho da empresa nos aspectos econômico, ambiental e social (ETHOS, 2007).

No desempenho econômico temos os indicadores que demonstram de fluxo de capital entre diferentes *stakeholders* e os principais impactos econômicos da organização sobre a sociedade. Os indicadores de desempenho econômico (EC) de um relatório GRI busca divulgar a “contribuição da organização à sustentabilidade de um sistema econômico mais amplo” (GRI, 2006, *apud* TINOCO, 2010 p.229).

O desempenho ambiental é mensurado através dos indicadores (EN) que buscam abranger os aspectos materiais, energia, água, biodiversidade, emissões de efluentes e resíduos, produtos e serviços, conformidade (obrigações legais), transporte e geral. Dentro do aspecto geral englobam os indicadores (LA) que tange ao meio interno da instituição são estes referentes

a emprego, relações entre os trabalhadores e a governança, saúde e segurança no trabalho, treinamento e educação, e diversidade e igualdade de oportunidades (TINOCO, 2010 p.229).

Por último temos os indicadores relacionados aos direitos humanos (HR), onde devem apresentar a importância dada pela instituição aos direitos humanos e seus investimentos na mesma. De acordo com Tinoco (2010) incluem neste aspecto o treinamento dos funcionários em direitos humanos, não discriminação, liberdade de associação, trabalho infantil, direitos dos índios e trabalho forçado ou análogo ao escravo.

Indicadores Sociais

De acordo com Reis e Medeiros (2011) indicadores de desempenho social expressam os impactos das atividades da empresa relacionados aos funcionários, fornecedores, clientes, comunidade, governo e sociedade em geral. Neste capítulo será explanado os indicadores associados ao aspecto funcionários a fim de melhor compreendê-los.

Os indicadores referentes a funcionários demonstram que as organizações com Responsabilidade Social não se limitam em cumprir somente a legislação, mas investem no desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores. Os indicadores “qualitativos” mostram a relação funcionário-empresa, a forma como a entidade engloba os colaboradores na gestão dela, na participação dos lucros, redução de custos com mão de obra, nível de satisfação interna, desenvolvimento profissional entre outros.

Os “quantitativos” tratam do perfil dos funcionários, isto é, percentual de mulheres, portadoras de deficiência, empregados acima de 45 anos e a relação destes nos cargos de chefia. Englobam ainda saúde e segurança no trabalho, participação dos funcionários na definição de metas, benefícios oferecidos aos funcionários e familiares, compromisso com o desenvolvimento de adolescentes através de programas de aprendizagem para jovens de 14 a 16 anos, geração de novos postos de trabalho, dentre outros.

Inserem também as campanhas internas e externas realizadas pela instituição, tais como erradicação do trabalho infantil, combate ao assédio sexual, contratação de funcionários com mais de 45 anos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A instalação de uma entidade afeta diretamente o meio social no qual ela passa a

pertencer, e descobrir o que é feito para retribuir e amenizar os seus impactos nesse meio, foi a motivação inicial para realização deste trabalho. O questionamento das formas de mensuração e demonstração dos valores investidos nos recursos humanos e sociais pelas empresas podem ser sanados por meio da análise do Balanço Social.

Desse modo, a pesquisa apresenta inicialmente breve descrição de cada tipo de balanço social e indicadores; o histórico da Cia Hering e a apresentação de seus indicadores sociais demonstrando no que tange os específicos de mão de obra e suas particularidades. Inclusive a realização de um comparativo entre as diretrizes propostas pela GRI e o relatório analisado. A metodologia utilizada se dará por meio de revisão bibliográfica e documental do relatório social da empresa, e de forma exploratória e explicativa do estudo de caso da Cia Hering.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo será abordado a análise de dados da Cia Hering no que se refere aos indicadores sociais reportados por meio do Balanço Social dos anos de 2016 a 2018. A marca Hering tem uma história com a Responsabilidade Social sendo parceira do Instituto Brasileiro de Controle do Câncer (IBCC) através da campanha “O Câncer de Mama no Alvo da Moda”, parceria essa que dura há 20 anos. A empresa também é responsável pela Fundação Hermann Hering (FHH), fundada em 1935 onde no decorrer dos anos atuou de diversas formas para contribuir na sociedade, sendo o investimento em educação seu maior objetivo. Em 2011 a fundação ganha novo estatuto onde passa a ter o propósito de “Ampliar a capacidade empreendedora e ser agente de transformação social por meio da produção e disseminação do conhecimento no campo da moda”. A atuação da FHH visa proporcionar educação empreendedora no campo da moda, ampliando dessa maneira as oportunidades de emprego e autonomia da comunidade local além de debates sobre o papel da moda no futuro desejado.

A Cia Hering adota para apresentação de seus resultados sociais o Balanço Social de acordo com as diretrizes do GRI, divididos em capítulos que apresentam os valores materiais e demonstram maior relevância para evidenciar a geração de valor e influenciar na tomada de decisões.

No relatório de 2018 a marca possuía 730 lojas nacionais e 20 lojas internacionais, contando os franqueados, totalizando 750 lojas que gerou uma receita bruta total de 1,708 bilhões. Em 2017, a receita bruta total foi de 1,56 bilhões e havia um total de 805 lojas. No ano de 2016 eram 834 entre lojas e franquias e a receita líquida foi 1,475 milhões. No decorrer

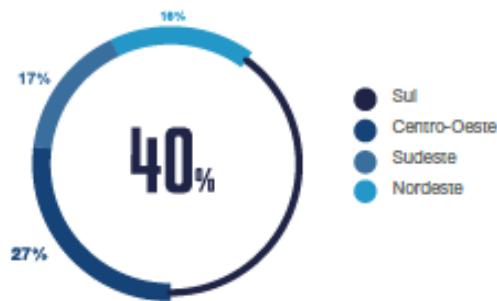
desses anos além das lojas e franquias que foram fechadas, também tiveram suas atividades encerradas as fábricas na cidade de Ibirama/SC e Santa Helena de Goiás/GO.

A análise de dados será realizada de acordo com a apresentação dos indicadores sociais reportados pela empresa. A empresa faz segregação dos indicadores sociais por meio das informações quantitativas e em sua maioria qualitativas, descrevendo de forma detalhada a sua atuação frente as práticas e ações sociais.

Para a Cia Hering são as pessoas que trabalham na empresa que materializam seu propósito de Vestir a Vida dos consumidores de suas marcas e de todos os outros públicos que fazem parte de sua rede. Segunda a Cia Hering “A maneira como fazemos isso acontecer é o nosso “jeito de ser””.

A partir disso, serão apresentados os seus Indicadores Sociais:

Gráfico 1 - Distribuição dos colaboradores por região em 2018



Fonte: Relatório anual de sustentabilidade Cia Hering, 2018

No ano de 2018 os colaboradores da empresa estavam 40% alocados na região Sul do Brasil. Em 2017 a mesma região detinha cerca de 36% do total de colaboradores. No relatório do ano de 2016 esta informação não foi apresentada, porém no relatório de 2018 para efeito de comparação consta que a maior concentração dos colaboradores está na região Centro-oeste com 37% e em seguida a região Sul com aproximadamente 35%.

A marca apresenta uma pequena redução no quadro de funcionários sendo em 2016 mais de 7,7 mil, em 2017 exatamente 7,5 mil e em 2018 um total de 6,319. É importante destacar que nestes números incluem também os colaboradores temporários contratados para atender a demanda da data comemorativa do Natal. Estas informações podem ser comprovadas no gráfico 2 apresentado a seguir:

Tabela 1 - Número de empregados

NÚMERO DE EMPREGADOS POR CONTRATO DE TRABALHO	2018		2017		2016	
	PERMANENTE	TEMPORÁRIO	PERMANENTE	TEMPORÁRIO	PERMANENTE	TEMPORÁRIO
Por gênero						
Homens	2.066	44	2.207	68	2.029	87
Mulheres	4.123	86	5.084	161	5.405	227
Total	6.189	130	7.291	229	7.434	314

Fonte: Relatório anual de sustentabilidade Cia Hering, 2018

Aproximadamente 98% desses colaboradores têm contratos de trabalho permanente e quase 67% são mulheres. É importante destacar que dos cargos de gestão 54,63% estão ocupados por mulheres.

Segundo Tinoco (2010) todo relatório de sustentabilidade deve fornecer informações sobre este ativo tão valioso, o trabalhador, de forma a verificar a evolução e fazer análises e comparações tanto a nível organizacional como a nível macroeconômico. Ele julga que das classificações de pessoal que podem ser reportadas, destacam-se o volume total de empregados ao final de cada exercício, pessoas ocupadas de acordo com a categoria profissional e sexo, pessoas ocupadas por tipo de contrato de trabalho, pessoas ocupadas segundo estado civil e raça, dentre outros.

É importante dentro da Cia Hering o desenvolvimento contínuo do pessoal e o destaque que a companhia dá neste critério, está evidenciado pelos programas que a empresa oferece aos seus colaboradores. Segundo a instituição, o modelo de gestão deve conectar a pessoa certa, no lugar certo e no tempo certo, alinhado à cultura e aos objetivos estratégicos da companhia.

De acordo com Tinoco (2010) investimento em formação contínua contribuem para melhorar a produtividade, produção, qualidade, redução de rejeitos, ou seja, contribui para a sustentabilidade humana.

A forma como o colaborador pode evoluir, se desenvolver, dentro da companhia está representado a seguir.

Figura 1: Jornada do colaborador



Fonte: Relatório anual de sustentabilidade Cia Hering, 2018

A Cia Hering desenvolveu o programa de estágio “Jovens Empreendedores” com o objetivo de atrair jovens talentos para um ciclo de 18 meses de imersão e capacitação a fim de que os jovens ocupem cargos de liderança na companhia.

Destaque para o Programa Plurais, que no ano de 2018 focou na inclusão e equidade de pessoas com deficiência evidenciando nos anúncios das oportunidades o convite para participação do processo seletivo da empresa. O objetivo deste programa é estimular uma cultura de inclusão e respeito às diversas pessoas que somos bem como valorizar a diversidade existente, e abrir cada vez mais espaço para esse tema na organização. Exemplo de abertura de espaço dentro da companhia foram as aulas de LIBRAS (Língua Brasileira de Sinais) e as adaptações de estruturas e espaços.

O modelo de gestão da Cia Hering visa a formação de líderes e em 2018 a empresa em parceria com o Insper (Instituto de Ensino Superior de São Paulo) forneceu 80 horas de capacitação para 27 líderes sobre economia, estratégia, finanças, varejo, branding e digital.

Para os colaboradores que não exercem gestão de equipe a empresa disponibiliza dois programas: “Eu compartilho” com o objetivo de interação entre os colaboradores para o desenvolvimento de competências importantes no modelo de negócio; e o “Tecendo Conhecimento” uma plataforma on-line de treinamentos que pode ser acessada também através de celular. A plataforma on-line recebeu em 2018 mais de 14.5 mil acessos, sendo que em 2017 ela recebeu cerca 11 mil acessos demonstrando, portanto, aumento na quantidade de funcionários adquirindo treinamentos.

Reis e Medeiros (2011) afirmam que educação e treinamento demonstram o compromisso da entidade com o desenvolvimento de seus colaboradores.

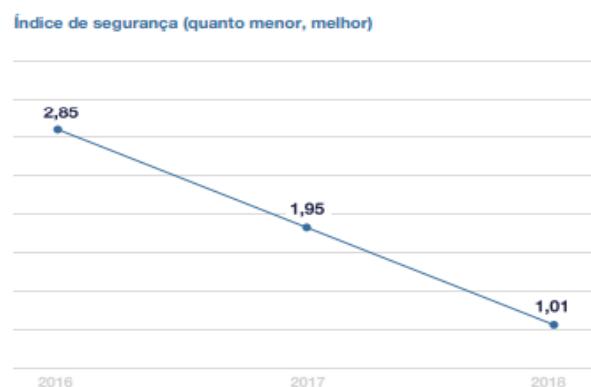
No que se refere ao reconhecimento e evolução dos colaboradores a Cia Hering aplica a avaliação denominada GIP (Gestão Integrada de Performance). O programa é aplicado na área administrativa com avaliações de desempenho 360°, somadas a feedbacks e planos de desenvolvimento realizados com o gestor. Na área industrial se dá por aplicação de questionários pelos líderes e conversas de feedback entre os mesmos.

É importante destacar o aproveitamento interno de pessoas, em 2018 foi de 59.10% e em 2017 de 61.30%, o que demonstra a efetividade de os colaboradores poderem atuar em novas áreas ou novas posições após a conclusão de um ciclo.

Nenhum dos índices anteriores seria possível se não houvesse uma preocupação com a segurança e garantia da vida. Neste quesito a Cia Hering tem como princípios: garantir um ambiente de trabalho seguro e saudável, treinar e capacitar, cumprir as políticas e normas de segurança, valorizar o comportamento seguro, comunicar, informar e agir.

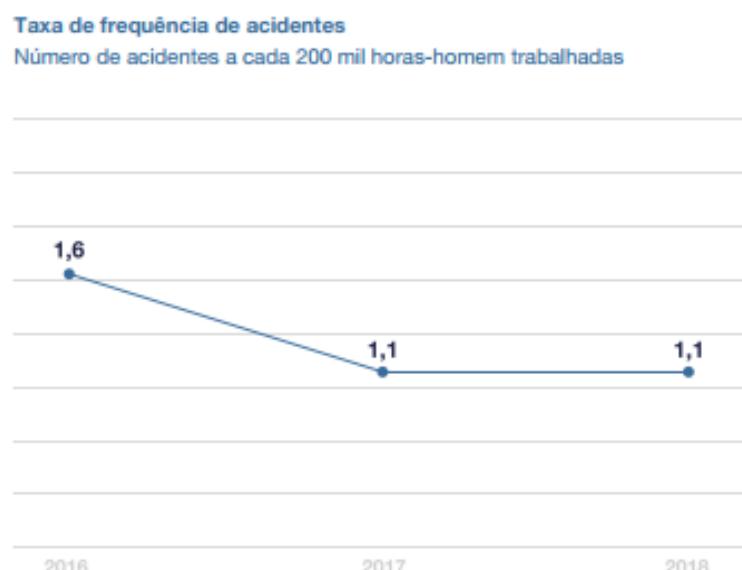
Abaixo os gráficos que atestam a preocupação da Cia Hering com saúde e segurança.

Gráfico 2 - Índice de segurança (quanto menor, melhor)



Fonte: Relatório anual de sustentabilidade Cia Hering, 2018

Gráfico 3 - Taxa de frequência de acidentes



Fonte: Relatório anual de sustentabilidade Cia Hering, 2018

Para o cumprimento desses objetivos a empresa conta com a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA) responsáveis por acompanhar implementação de iniciativas de segurança do trabalho na organização, a Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SIPAT), na qual no ano de 2018 teve como tema a importância dos bons exemplos reforçando o papel da liderança na avaliação dos riscos e engajamento das equipes. Além da SIPAT a instituição conta com a Semana da Saúde tendo alimentação e exercício físico como tema na edição de 2018.

É natural que os colaboradores estejam mais dispostos a trabalhar quando se

sentem profissionalmente mais satisfeitos. O lugar de trabalho é o local onde os indivíduos passam a maior parte do tempo em seu dia a dia e o mesmo deve ser limpo, harmonioso e agradável pois somente desta forma pode ocorrer a produtividade econômica e social (TINOCO, 2010 p. 81).

5 CONCLUSÕES

A Cia Hering é uma empresa que claramente visa agregar valor aos seus colaboradores. É notório que a entidade busca valorizar as pessoas e aprimorá-las para melhor exercer suas funções, ciente que esta é a fórmula para aumentar produtividade e inovar no mercado.

No processo de análise dos indicadores sociais reportados através relatório de sustentabilidade 2018, percebeu-se a existência de mais dados qualitativos do que quantitativos na apresentação do mesmo, o que difere dos anos anteriores onde os dados eram demonstrados, em sua maioria, quantitativamente. Não há problema na forma de apresentação, porém para efeito de comparação e demonstração da evolução de alguns indicadores a este se torna dificultosa.

É demonstrado com ênfase o processo de desenvolvimento dos colaboradores dentro da empresa, desde a captação até a forma como este pode se desenvolver dentro da entidade, destacando-se todos os projetos existentes onde o colaborador pode participar para adquirir mais conhecimento e desenvolver competências de acordo com o modelo de gestão. Em contrapartida não é apresentado de forma clara os valores despendidos com benefícios aos funcionários além dos previstos em lei.

Apoiado no exposto pode-se concluir que a empresa Cia Hering apresenta os indicadores sociais possíveis de acordo com as diretrizes do modelo GRI. A companhia apresenta alguns gráficos junto a explicações onde se consegue notar as ações tomadas anteriormente e que permitiram os ganhos atuais. A Cia Hering está em constante renovação e propicia meios para que seus colaboradores se renovem e aprimorem junto com ela. Enfim, é uma empresa brasileira no setor de vestuário de oportunidades e que gera benefícios sociais.

REFERÊNCIAS

BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade para gestão empresarial.** 2013. Disponível em <<https://www.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-e-sustentabilidade-para-a-gestao-empresarial/>>. Acesso em 06 nov. 2019.

BRASIL. Inmetro. ISO 26000. **Responsabilidade Social**. 2012. Disponível em <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em 05 nov. 2019.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução CFC 1003 de 2004. Aprova a NBC T 15 - Informações de Natureza Social e Ambiental**. Disponível em <http://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/Res_1003.pdf>. Acesso em 20 nov. 2019.

ETHOS, Instituto. **Conceitos Básicos e Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial**. São Paulo, 2007. Disponível em <https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2014/05/Conc_Bas_e_Indic_de_Respon_Soc_Empres_5edi.pdf>. Acesso em 10 nov. 2019.

HERING, Cia. **Relatório Anual**, 2018. Disponível em <https://mz-filemanager.s3.amazonaws.com/5532dc5b-7c76-4c5e-bb49-01cf77b7dac1/relatorio-anual/9f985c3558d8bc9ade8307a09e47cb67b991a02669c45dae2cb5a0128ad121ec/relatorio_anual_2018.pdf> . Acesso em 11 nov. 2019.

IBASE. **Balanço Social: O desafio da Transparência**. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em <[file:///C:/Users/user/Downloads/Balanco-Social_O-desafio-da-transpar%C3%A3Ancia_2008%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Balanco-Social_O-desafio-da-transpar%C3%A3Ancia_2008%20(2).pdf)> Acesso em 04 nov. 2019.

LIN, 2021. **Legitimation strategies in corporate discourse: A comparison of UK and Chinese corporate social responsibility reports**, Journal of Pragmatics, 177 (2021) , pp. 157-169, p. 2, ISSN 0378-2166, <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.02.009> (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378216621000588>

OLIVEIRA, Marcelle Colares et al. **Etapas e Dificuldades de Elaboração do Balanço Social de Organizações não Governamentais: um estudo de caso**. Brasília: Repec, 2011. Disponível em <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441642773002>>. Acesso em 07 nov. 2019.

REIS, Carlos Nelson; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade Social das Empresas e Balanço Social**. São Paulo: Atlas, 2011.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social e o Relatório da Sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2010.