

BALANÇO SOCIAL: POTENCIALIDADES E LIMITAÇÕES

Cláudio Soerger Zaro (UEMS)
Tays Cristianne Kohler (UEMS)

RESUMO

No mercado mundial cada vez mais há necessidade de informações das mais diferenciadas áreas para as tomadas de decisões, as empresas estão se tornando cada vez mais influente na sociedade, além de suas obrigações econômicas o mercado vem forçando as empresas a tomarem ações de cunho social e relacionada à preservação do meio ambiente. Cabe aos profissionais da área de contabilidade cobrar das empresas a publicação do Balanço Social, e demonstrar seu real papel na sociedade, não cabendo a ele somente o papel da escrituração contábil, mais sim se tornando parte da dinâmica das empresas, buscando inovações que tragam tanto um equilíbrio social como econômico nas empresas.

Palavras chaves: Balanço Social. Meio Ambiente. Responsabilidade Social.

INTRODUÇÃO

A Contabilidade é uma ciência social que estuda e fornece o Máximo de informações úteis sobre a riqueza patrimonial individualizada, tornado uma ferramenta poderosa no processo de tomada de decisão dentro ou fora da empresa. Podendo ser utilizada pelos Administradores, acionistas, executivos, fornecedores, governo, bancos etc. medindo seu desempenho econômico e financeiro.

Esse conceito, não restringe ao uso e à ação da contabilidade, onde em um mundo cada vez preocupado com o social e com o meio ambiente, as empresas estão cada vez mais voltadas para ações que visam à qualidade na alimentação do trabalhador, saúde e segurança de funcionários, diminuição da pobreza e das injustiças sociais, preocupação com meio ambiente, desenvolvimento humano, social e ambiental.

Neste aspecto a Contabilidade exerce um papel fundamental, com informações não apenas para tomada de decisões, mas também para evidenciar o quanto a empresa contribuiu e vem contribuindo com a sociedade em geral.

Recentemente, com destaque para a Europa, observa-se a divulgação de uma nova demonstração, que utiliza como fonte os registros contábeis, mas com interesse social e ambiental, por isso denominada Balanço Social. No Brasil, as informações que devem ser evidenciadas pela contabilidade estão regulamentadas pela Lei das Sociedades por Ações (Lei nº 6.404/76), mais especificamente no artigo número 176. Essas informações não são suficientes para cumprir as expectativas dos usuários, já que deixam obscuros os usuários que direta ou indiretamente contribuíram para a geração da riqueza de uma determinada entidade.

O papel do Balanço Social é tornar públicas as suas ações e responsabilidade das organizações perante a sociedade, onde visa evidenciar de uma forma transparente informações econômicas e sociais do desempenho da entidade, aos mais diferente usuários, entre eles os funcionários.

O Balanço Social englobam também inúmeras outras informações de caráter qualitativo, entre elas se destacam: informações ecológicas, em que se evidenciam os esforços para não afetar a fauna, a flora e a vida humana, informações concernentes ao treinamento e à formação continuada dos trabalhadores; condições de higiene e segurança no emprego;

relações profissionais; contribuições das entidades para a comunidade, explicitando a responsabilidade social e corporativa das organizações.

Os registros da acumulação, controle, mensuração e avaliação, são feitos pela contabilidade desde há muito tempo, segundo historiadores os primeiros registros contábeis remontam a 4.000 anos A.C (IUDÍCIBUS, 2000). Desde seu início o objetivo da contabilidade foi a geração de informações, durante muito tempo o principal usuário e talvez o único foi o proprietário, para saber quantas cabeças de ovelha tinham em seu rebanho, por exemplo. De tempos em tempos sem data especificada, ele fazia a recontagem de seu rebanho. Ainda não existia o método contábil, nem o estabelecimento de períodos.

Foi no Oriente que se realizaram os primeiros registros contábeis, ocorrendo paralelamente ao desenvolvimento da aritmética e da matemática. Os árabes tinham grande interesse com o avanço da contabilidade, pois em suas atividades comerciais era imprescindível o registro e os controles contábeis, posteriormente com o crescimento do comércio a partir do século XII, cujas cidades mais importantes do mundo ficavam na Europa. Foi em Pisa em 1249, que surgiu uma obra, escrita por Leonardo Fibonacci, que tratava de cálculo comercial. Para alguns pesquisadores, a publicação marca a passagem para a Contabilidade Moderna.

BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social é o demonstrativo apresentado em intervalos definido de tempo normalmente no período de um ano, onde reúne um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos funcionários, investidores, acionistas e a comunidade, além das ações a respeito a preservação do meio ambiente (GONÇALVES, 1980).

No Balanço Social a empresa demonstra o que fez por seus funcionários, dependentes, colaboradores, comunidade e a busca pelo uso sustentável dos recursos naturais próprio e públicos. Trazendo à tona e dando transparência as ações que buscam melhorar a qualidade de vida a todos (TINOCO, 2008).

A função do Balanço Social é tornar pública a responsabilidade social, empresarial, ecológico, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente. O Balanço Social tem a capacidade de mensurar a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta.

Balanço Social é um instrumento de gestão de informação que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários, entre estes os funcionários. (TINOCO, 2008, p.14).

Balanço na linguagem popular é extensiva a todas as formas de inventários, de um dado momento, é um conjunto de quaisquer elementos considerando os dois extremos. Dessa forma, se faz um balanço do dia a dia, da saúde, dos estudos, etc.

Na Contabilidade Balanço é a demonstração da situação real de um patrimônio, no que se referem aos bens, direitos, obrigações e resultado econômicos. Estudiosos em contabilidade vêm se esforçando para traduzir o verdadeiro significado do Balanço Social. O Balanço Social é um artefato societário e gerencial que advém de um processo de planejamento, execução, acompanhamento e avaliação das ações sociais da empresa, de forma a sistematizar a sua gestão social. (GONÇALVES, 1980, p.26)

Machado (2000) especifica que:

a empresa – organização social com objetivos próprios e motivada economia ou monetariamente – como vimos, recebe *inputs* da sociedade em forma de

pessoas, materiais e informações, e transforma esses recursos em *outputs* de produtos, serviços e remuneração dos membros da organização suficientemente grandes para manter a sua participação.

Para Tinoco (2008) especifica que: “Balanço Social é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários, entre estes os funcionários.” Com o crescimento da preocupação da população mundial com o meio ambiente e com a sociedade que cerca as empresas, muitas delas estão demonstrando a interação neste meio através do Balanço Social. No ano de 1997, o sociólogo Betinho lançou no Brasil a campanha pela divulgação voluntária do Balanço Social. O Balanço Social tem por objetivo ser equitativo e fornecer informações que satisfaça as necessidades dos usuários. Essa é a função da Contabilidade como ciência, reportar informações contábil, financeira, econômica, social, física, de produtividade e de qualidade.

Conforme Montana e Charnov (2003), para a implantação do Balanço a empresa deveria realizar uma análise da situação em relação às condições sócio ambientais da empresa, ou seja, fazer uma comparação entre o que é e o que deveria ser, se houver uma lacuna entre essas condições, significa que há uma necessidade social. A próxima etapa consiste em estratégias de ações para sanar essa necessidade, essas ações devem ser mensuráveis e tangíveis, podendo estar presentes no Balanço Social, que vai por sua vez comprovar o cumprimento da sua função social. Somente após a identificação do problema e a formulação das estratégias para a solução dos problemas, pode ser implantado o Balanço Social.

Estes dois passos finais consistem em implantar inteiramente o programa de ação social proposto e avaliar o programa. Essa avaliação fornece informações que podem ser usadas em uma nova análise situacional, concepção de padrões de desempenho, alternativas de geração e outras. Essas informações, chamadas feedback, são desenvolvidas para o processo de concepção do programa de ação social dinâmica. (MONTANA, CHARNOV, 2003). Lembramos ainda que esse plano de ação possa vir de funcionários da empresa, da comunidade, do governo e de especialistas externos contratados como consultores.

INDICADORES DO BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social produzirá diversos relatórios de indicadores (KROETZ, 2000), que permitirão o acompanhamento e controle do desempenho da entidade, bem como fazer um comparativo entre o previsto e o realizado. Esses relatórios tornam possível analisar o desenvolvimento das atividades da empresa, contribuindo para o acompanhamento e controle, bem como para a tomada de decisões dos usuários.

Os indicadores de gestão contábil, relativos à produção, produtividade, qualidade, de pessoas e de rentabilidade que estarão disponíveis no Balanço Social estão descritos abaixo em acordo com (KROETZ, 2000, p.40):

- Folha de pagamento bruta = valor total da folha de pagamento, incluídos os encargos sociais
- Alimentação = restaurante, tiquete-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados.
- Previdência privada = planos especiais de aposentadorias, fundações previdenciárias, complementações, benefícios aos aposentados.
- Saúde = plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde.

- Educação = treinamento, programas de estágios, reembolso de educação, bolsas de estudos, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca e outros gastos com educação e treinamento dos empregados.
- Outros benefícios = seguros, empréstimos, gastos com atividades recreativas, transportes, creches e outros benefícios oferecidos aos empregados.
- Impostos = taxas, contribuições e impostos federais, estaduais e municipais.
- Contribuições para a sociedade = investimentos na comunidade, nas áreas de cultura, esportes, habitação, saúde pública, saneamento, segurança, urbanização, defesa civil, educação, pesquisa, obras públicas, campanhas públicas e outros gastos sociais na comunidade sem fins lucrativos.
- Investimentos em meio ambiente = Reflorestamento, despoluição, gastos com introdução de métodos não poluentes e outros gastos que visem a conservação do meio ambiente.
- Número de empregados no final do período = número de empregados registrados no último dia do período.

Conforme descrito por Kroetz, (2000) esses indicadores deverão ser definidos de forma bastante participativa, envolvendo todos os setores da organização, em especial os operacionais e gerenciais. Ao se planejar um Balanço Social o importante é que ele satisfaça e reflita o desempenho da empresa no campo humano e social e ambiental, devendo refletir o grau de satisfação dos funcionários, as ações para o uso sustentável do meio ambiente e a integração empresa-sociedade.

ASPECTOS IMPORTANTES DO BALANÇO SOCIAL

Por não ter uma conotação obrigatória, o Balanço Social possui uma estrutura flexível e adaptável as organizações que utilizam um padrão próprio para sua elaboração da maneira mais adequada a elas. Apesar desta flexibilização é de extrema importância que o Balanço Social abranja os aspectos destacados por Kroetz, (2000):

No âmbito interno:

- Relações de Trabalho referente ao pessoal próprio, contratado temporariamente, terceirizado ou franqueado.
- Relações com Dirigentes, Gerentes, Comandos intermediários e Administradores de Empreendimentos Descentralizados.
- Relações com Acionistas e Proprietários;

No âmbito externo;

- Relações com fornecedores;
- Relações com consumidores;
- Relações com a comunidade;
- Relações com o governo;
- Relações com o meio ambiente.

INCENTIVOS A PUBLICAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL

No Brasil as iniciativas à publicação de ações sociais é feita principalmente por três grupos: Grupo de Institutos, Fundações e Empresas – GIFE, o Instituto Ethos e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE. O IBASE fundado em 1997 pelo sociólogo Herbert de Souza, que criou uma campanha para a divulgação voluntária do Balanço Social, com a parceria do jornal A Gazeta Mercantil, o IBASE lançou o selo

Balanço Social, que premia as empresas que divulgam o Balanço Social de acordo com seus moldes, e pode usar esse selo em seus produtos e em campanhas publicitárias.

Embora o modelo mais utilizado pelas empresas é o do IBASE por ser simples e objetivo, também são utilizados os modelos de Balanço Social os da Universidade de São Paulo-USP / FIPECAFI e o do Instituto Ethos.

Segundo Ribeiro e Lisboa (1999):

A Contabilidade, como ciência que estuda a situação patrimonial e o desempenho econômico-financeiro das entidades, possui os instrumentos necessários para colaborar na identificação do nível de responsabilidade social dos agentes econômicos. Estes instrumentos se traduzem no Balanço Social.

RESPONSABILIDADE PÚBLICA E CIDADÃ DAS EMPRESAS

A denominação Empresa Pública e Cidadã foi criada pelo brasileiro Herbert de Souza, o Betinho, fundador do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE, 1997 ele criou uma campanha para o incentivo da publicação voluntária do Balanço Social pelas empresas (TREVISAN, 2002).

De acordo com o *Corporate Social Responsibility* (apud Vassallo, 2000), os primeiros passos a serem levados em consideração para o reconhecimento de uma empresa pública de boa cidadania consideram que:

1. Desenvolva uma missão, uma visão e um conjunto de valores a serem seguidos;
2. A responsabilidade social seja uma parte integrante de cada processo decisório, é preciso que ela faça parte do DNA da companhia – seu quadro de missões, visões e valores. Isso leva a um comprometimento explícito das lideranças e dos funcionários com questões como ética nos negócios e respeito a acionistas, clientes, fornecedores, comunidades e meio ambiente.
3. Coloque seus valores em prática. É básico. De nada adianta ter um maravilhoso quadro de valores na parede do escritório se eles não são exercidos e praticados a cada decisão tomada. Em 1999, a consultoria Arthur Andersen divulgou um estudo que mostra que programas de ética e comprometimento social usados apenas para proteger a reputação da empresa e de seus líderes podem ter um efeito muito mais nocivo do que não ter nenhum programa.
4. Promova a gestão executiva responsável. Esse é um exercício diário e permanente. É preciso fazer que cada executivo leve em consideração os interesses dos chamados stakeholders antes de tomar alguma decisão estratégica.
5. Comunique, eduque e treine. As pessoas só conseguirão colocar valores de cidadania corporativa em prática se os conhecerem e souberem como aplicá-los no dia-a-dia. Seminários, treinamentos e a divulgação de boas práticas ajudam a disseminar os conceitos por toda a organização.
6. Publique balanços sociais e ambientais. Elaborados por especialistas e auditores externos, eles garantem uma visão crítica de como os acionistas, funcionários, organizações comunitárias e ambientalistas enxergam atuação da empresa.
7. Use sua influência de forma positiva. O mundo corporativo é formado por uma grande rede de relacionamentos. Use os valores cidadãos de sua empresa para influenciar a atuação de fornecedores, clientes e companhias do mesmo setor.

O Balanço e Responsabilidade Social são duas faces de uma mesma moeda, o Balanço Social é um importante instrumento para que mais empresas venham a assumir sua responsabilidade social, e construam um mundo mais justo, sob todos os aspectos (TREVISAN, 2002).

O BALANÇO SOCIAL NO BRASIL.

Segundo Tinoco (2008), em 1961, como agente operacional da Uniapac, foi constituída, com sede em São Paulo, a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa (ADCE), iniciando, assim, no País, uma pregação sobre a responsabilidade do dirigente da empresa nas questões sociais. (TINOCO, 2008, p. 134-135)

Em 1977, a ADCE já com atuação em âmbito nacional, organizou o 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas, tendo como o tema central o Balanço Social da Empresa. Ainda nesse ano, a delegação brasileira, liderada por Nelson Gomes Teixeira, Ernesto Lima Gonçalves e Paulo Caletti, destacou-se na Assembléia Anual da Uniapac, realizada no México, ao apresentar o trabalho “Balanço Social – Instrumento a Serviço da Empresa”.

Nos anos 70, o Prof. Ernesto Lima Gonçalves, em trabalhos e seminários por ele realizados, enfoca o tema do Balanço Social, culminando em 1980 com a publicação de um livro sobre o Balanço Social na Empresa.

Ainda em 1984 é elaborado o primeiro trabalho acadêmico sobre o Balanço Social. Este autor apresenta dissertação de mestrado ao Departamento de Contabilidade e Atuária da FEA-USP, intitulada: Balanço Social: uma abordagem socioeconômica da Contabilidade.

Em 1991, o senador Valmor Campelo encaminha ao Congresso um anteprojeto propondo a publicação do Balanço Social pelas empresas, que foi votado favoravelmente no Senado, entretanto, não foi aprovado na Câmara dos Deputados.

Em 1992, o Banespa publica um relatório divulgando suas ações sociais.

Em 1997, o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, por intermédio do Ibase em ato público realizado em 18 de junho, no Rio de Janeiro, inicia campanha pela divulgação de um Balanço Social das empresas, no Brasil.

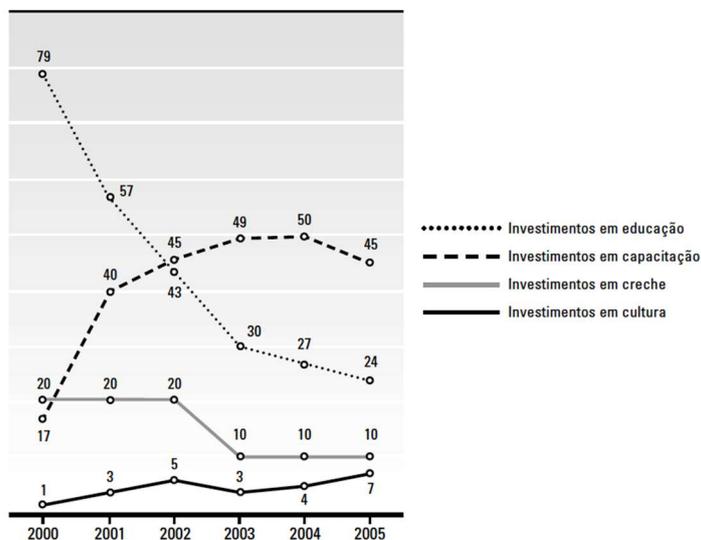
A CVM, quase na mesma época, sob a forma de uma minuta de instrução, propõe a apresentação obrigatória do Balanço Social.

Em novembro de 1997, em parceria com a Gazeta Mercantil, o Ibase lança o selo do Balanço Social, para estimular a participação das companhias. O selo, num primeiro momento, será oferecido a todas as empresas que divulgarem o balanço social no modelo proposto pelo Ibase.

Em 1997, o tema passou a ser objeto do Projeto de Lei nº 3.116 de autoria das deputadas federais Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, estabelecendo a obrigatoriedade da publicação do Balanço Social para as empresas privadas com mais de 100 funcionários e para todas as empresas públicas, concessionárias e permissionárias de serviços públicos (TINOCO, 2008).

A divulgação, por parte de algumas empresas do Balanço Social, permitiu a análise da distribuição de recursos e garantiu ao IBASE (2008) a oportunidade de apresentar o livro Balanço Social O desafio Da Transparência. Nele destaca como as empresas investem valores para a valorização das pessoas no ambiente de trabalho. Como percebe no gráfico 1, o Ibase identificou que houve uma tendência de destinar a maior parte dos recursos de gastos internos na capacitação dos colaboradores. Mas de forma geral, apresenta ou redução nos valores dedicados a cada período, ou aplicação muito baixa de recursos, como em auxílio Creche e Cultura.

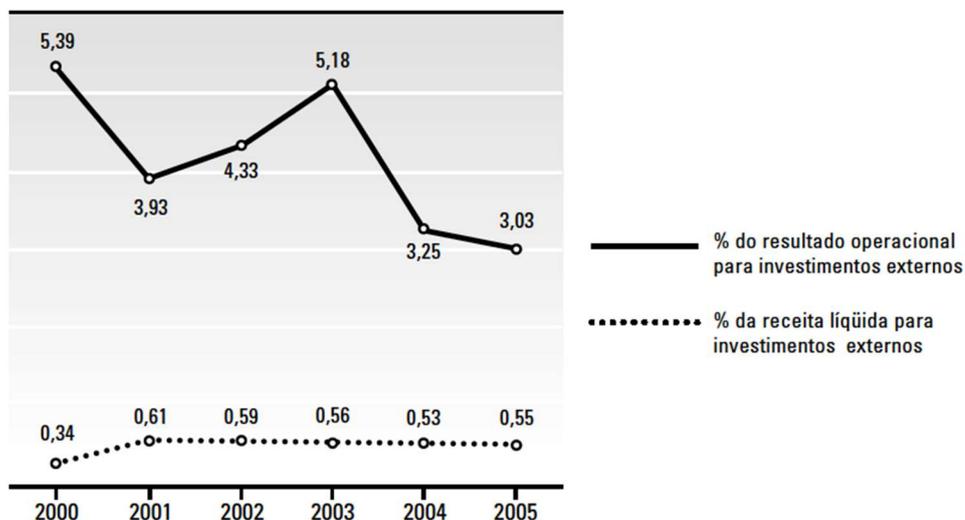
Gráfico 1: Investimentos sociais internos – média anual por funcionário(a) a cada R\$ 1.000 investidos



Fonte: IBASE (2008)

Também analisou quanto da receita e do resultado operacional é dedicado, pelas empresas divulgadores do balanço social. Um aspecto visto como positivo foi a manutenção do nível de investimento em externos e ações para a comunidade, em relação a receita.

Gráfico 2: Investimentos sociais externos – sobre receita e resultado (em%)



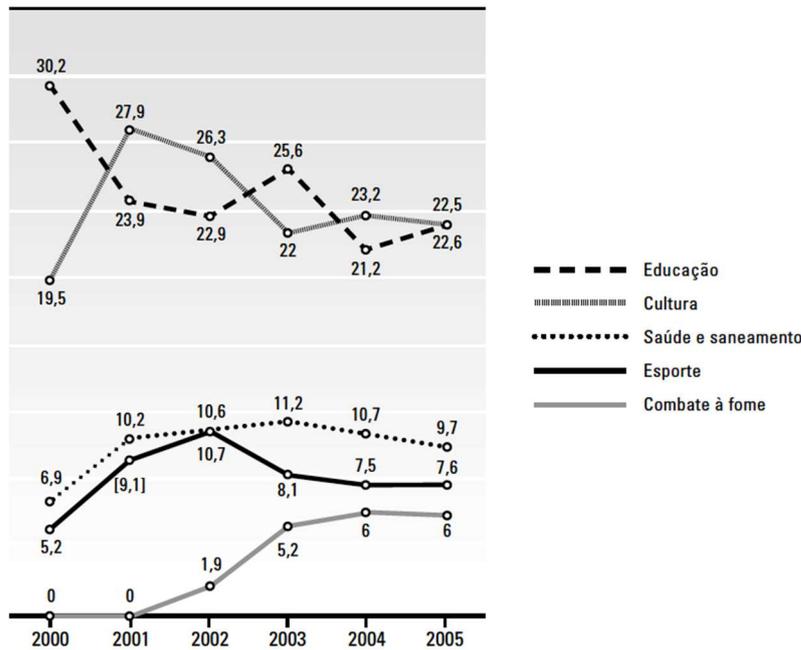
Fonte: IBASE (2008)

No entanto, os pesquisadores questionam “se esses investimentos são representativos e se possuem resultados sociais positivos compatíveis com o poder, o impacto e as responsabilidades dessas empresas com a sociedade”.

Quanto ao direcionamento dos recursos alocados em investimentos externos, o IBASE (2008) apresenta que a maior parte do investimento é destinado a Educação e Cultura. Quanto aos gastos de Cultura o questionamento dos autores é se esse volume de investimentos é determinado por incentivos fiscais. Percebem uma sensibilização

crecente ao combate à fome, mas que podem se relacionar com o direcionamento do governo federal nessa frente, naquele período.

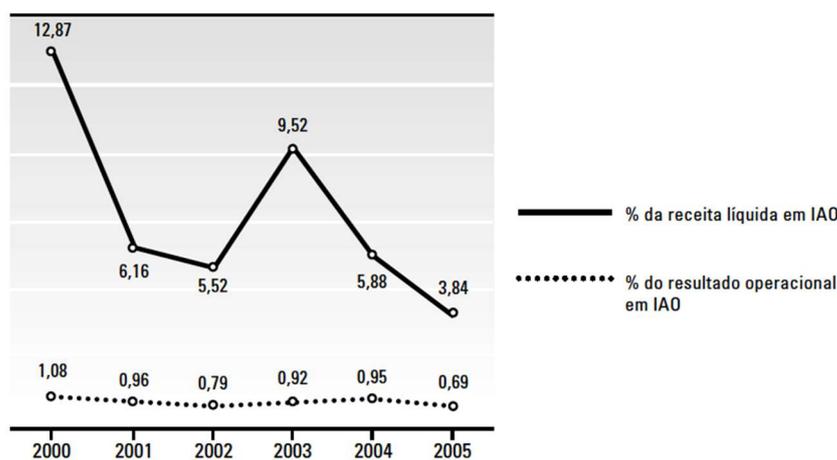
Gráfico 3 - Percentuais dos investimentos externos por tipo e ano (em %)



Fonte: IBASE (2008)

Quanto a investimentos em projetos ambientais, o IBASE (2008) demonstra um efeito bem diferenciado do relacionado a investimento no público externo. Conforme percebe-se no gráfico 4, existe uma oscilação muito maior conforme a receita, e uma estabilidade quanto aos lucros. Isso pode indicar que investimentos ambientais são percebidos como uma repartição dos recursos dos acionistas, então é equalizado por isso.

Gráfico 4- Percentuais dos investimentos externos por tipo e ano (em %)



Fonte: IBASE (2008)

Essas análises corroboram a importância do Balanço Social. Por um lado, dá maior transparência e informa sobre as ações das empresas, por outro permite a sociedade civil se informar sobre a contribuição e impactos. Essa compreensão pode garantir uma postura mais ativa da sociedade para o desenvolvimento de uma postura de Responsabilidade

Corporativa, por parte das empresas que divulgam ao mesmo tempo que pressiona empresas que querem manter sua reputação a também realizar a divulgação.

CONCLUSÃO

O mundo globalizado em que vivemos, a crescente preocupação com as questões sociais e ambientais, faz com que as pessoas exijam informações cada vez mais transparentes sobre as empresas e produtos que consomem.

O terceiro milênio é sem dúvida o milênio da informação, onde nem uma ação tem seus reflexos localizados, há cada vez mais uma preocupação sobre o que as empresas estão dando de volta à comunidade, o desempenho socioeconômico passou a ser mais importante que apenas seu desempenho econômico.

As relações entre a empresa e a sociedade em que está inserida é cada vez mais intrínseca, e nesse novo milênio a busca pelo lucro que é o objetivo maior das empresas, não deve em hipótese alguma se dar às custas da saúde, da dignidade ou da exploração do trabalhador e nem as custas da deterioração do meio ambiente.

Conclui-se que o a publicação do Balanço Social é de extrema importância para toda a sociedade que terá uma ferramenta com informações transparentes sobre as ações das empresas.

Abaixo evidenciaremos os principais beneficiários com a publicação do Balanço Social:

- Colaboradores: mostrando como a empresa está cuidando do seu bem mais precioso, que são os talentos humanos, servindo como informação que ajude na hora de escolher onde atuar e como incentivo a novas ações da empresa.

- Meio Ambiente: evidencia o esforço da empresa na preservação e recuperação do meio ambiente, em ações como reflorestamento, despoluição dos rios, diminuição da emissão de gases poluentes, investimentos em pesquisa, que visem o desenvolvimento de novas tecnologias e métodos menos poluentes, etc.

Comunidade: ressaltando e incentivando ações para o auxílio da comunidade local, como projetos de combate ao analfabetismo, inclusão digital, combate à fome e à miséria, inclusão ao mercado de trabalho, capacitação de jovens e adultos, ações contra a exploração do trabalho escravo e infantil, combate a exploração sexual de crianças e adolescentes, etc.

Empresa: o Balanço Social pode ser usado com marketing, podendo ser o diferencial na hora da escolha entre a empresa “A” e “B”, além disso a empresa que faz ações socioeconômicas tem um acréscimo em sua produtividade, pois os funcionários trabalham com um vínculo afetivo bem maior com a empresa. A deterioração do meio ambiente traz um custo elevado para as empresas que o praticam tanto em multas por crimes ambientais quanto para a imagem da empresa.

Terceiro Setor: Ao contrário das empresas comerciais cujo objetivo é o lucro, as empresas do terceiro setor tem por objetivo final ações sociais, não existe melhor ferramenta para demonstrar suas ações quanto o Balanço Social.

Governo: cuja finalidade é promover o bem estar da sociedade, necessita de recursos para exercer bem suas atividades, portanto, é de seu interesse as informações oriundas do Balanço Social, pois identifica a parcela de contribuição que as organizações estão deixando na sociedade, tanto em tributos recolhidos aos cofres públicos como também em salários e benefícios despendidos aos colaboradores das organizações.

Como foi demonstrado a sociedade em geral tem muito a ganhar com a publicação do Balanço Social, onde só perderiam as empresas que degradam o meio ambiente e exploram seus funcionários, buscando o lucro a qualquer preço.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GONÇALVES, J. E. L. O balanço social: a definição de um modelo para a sua empresa. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, [S. l.], v. 20, n. 3, p. 79–84, 1980.

Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/39614>.

Acesso em: 30 set. 2021.

IBASE – INSTITUTO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. Organizadores Torres, C. E Mansur, C. **Balanço Social, 10 anos: o desafio da transparência**. Rio de Janeiro: IBASE, 2008.

IUDÍCUBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo, 2000.

Lei das Sociedades por Ações 6404/76 Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404compilada.htm. Acesso em 25 de agosto 2021.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanço Social – Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. **Administração**. São Paulo: Saraiva, 2003.

RIBEIRO, M. S.; LISBOA, L. P. Balanço social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, v. 28, n. 115, p. 72-81, 1999.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. Balanço social: balanço da transparência corporativa e da concertação social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, [S.l.], n. 135, p. 55-72, ago. 2011. ISSN 2526-8414. Disponível em:

<http://rbc.cfc.org.br/index.php/rbc/article/view/423>. Acesso em: 30 set. 2021.

TREVISAN, F. A. Balanço social como instrumento de marketing. **RAE-eletrônica**, v. 1, n. 2, p. 1-12, 2002.

VASSALO, C. Um novo modelo de negócios. Guia de boa cidadania corporativa. **Revista Exame**. São Paulo. n. 728, p. 08-11, 2000.