



Encontro Internacional sobre Gestão
Empresarial e Meio Ambiente

Responsabilidade social das empresas que pertencem ao programa em boa companhia da BM&FBOVESPA

BRADLEI RICARDO MORETTI

Universidade Regional de Blumenau
bradlei@berka.com.br

HERIVELTON ANTONIO SCHUSTER

Universidade Regional de Blumenau
herivelton_schuster@hotmail.com

CARLOS EDUARDO FACIN LAVARDA

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DE BLUMENAU
elavarda@gmail.com

ROBERTO CARLOS KLANN

Universidade Regional de Blumenau - FURB
rklann@furb.br

Responsabilidade social das empresas que pertencem ao programa em boa companhia da BM&FBOVESPA

RESUMO

O objetivo da pesquisa foi identificar o nível de responsabilidade social das empresas que pertencem ao programa Em Boa Companhia da BM&FBovespa. Realizou-se uma pesquisa descritiva, documental e com abordagem quantitativa. A população do estudo compreende todas as empresas que fazem parte do programa Em Boa Companhia da BM&FBovespa e estão listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e no Índice Carbono Eficiente (ICO2). A população do estudo ficou composta por 29 empresas e a amostra composta por seis empresas, as quais possuíam os dados necessários para o estudo. A análise dos dados foi realizada a partir dos indicadores propostos no modelo de Balanço Social do IBASE. Os resultados evidenciaram que, em relação aos indicadores sociais internos, a empresa Banco do Brasil destacou-se em relação às demais. Contudo, a Ultrapar foi a que menos investiu em indicadores internos nesse período. Em relação aos indicadores externos, a empresa Cemig apresentou o maior valor em indicadores externos e, maior investimento se relacionado à receita líquida. Constatou-se, também, que dentre as empresas que divulgam seu Balanço Social, o valor relativo aos investimentos com indicadores ambientais é bem inferior aos indicadores internos e externos. Além disso, quase todo o valor investido em indicadores externos é destinado para os tributos. Recomenda-se para novas pesquisas, analisar todas as empresas brasileiras listadas no programa Em Boa Companhia da BM&FBovespa, não somente as que estão listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e no Índice Carbono Eficiente (ICO2), além de analisar os dados de outro país, a fim de comparar os resultados com este estudo.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Em Boa Companhia; Balanço Social; BM&FBovespa;

Social responsibility of companies that belong to the program in good company of BM&FBOVESPA

ABSTRACT

With aim of identifying the level of social responsibility of companies belonging to the "In Good Company" BM&FBovespa a descriptive, documentary and research with a quantitative approach was held. The population study includes all companies that are part of the "In Good Company" by BM&FBovespa, listed in the Corporate Sustainability Index (ISE) and Carbon Efficient Index (ICO2). The population study was composed by 29 companies and a sample of six companies, which had the necessary data for the study. The data analysis was carried out of the indicators proposed in the Social Balance IBASE Model. The results showed that, in relation to the internal social indicators, Bank of Brazil stood out over the others. However, Ultrapar was the one that least invested in internal indicators during that period. Regarding external indicators, Cemig company had the highest value in external indicators and greater investment is related to net revenue. It was noted, too, that among the companies that disclose their Social and the relative value of their investment with environmental indicators well below the internal and external indicators. In addition, most of the amount invested in external indicators is intended for taxes. It is recommended for further research, analyze all Brazilian companies listed in the "In Good Company" BM & FBovespa, not only those listed in the Corporate Sustainability Index (ISE) and Carbon Efficient Index (ICO2). Also, to analyze these data from some other country in order to compare our results with this study.

Key Words: Social responsibility; In good company; Social balance sheet; BM & FBovespa;

1 INTRODUÇÃO

O cenário em que as empresas retiravam recursos do ambiente e da sociedade para a obtenção de lucros está mudando e há um perceptível crescimento de movimentos sociais reivindicando melhores condições de trabalho, mais respeito ao meio ambiente, redução das desigualdades sociais, dentre outras mudanças. Diante disso, as empresas estão passando a aderir novas políticas de minimização de impactos em relação a estes aspectos (DIAS; SIQUEIRA, 2006).

No mundo dos negócios já são perceptíveis às mudanças nas formas de planejamento e relacionamento das empresas com os clientes, fornecedores, funcionários, acionistas, bem como, com a comunidade em geral. Vale ressaltar que houve uma grande mudança no que tange a preservação do meio ambiente e a busca por melhor qualidade de vida (FERRAZ; SCUDELER, 2009). Nesse sentido, Luca, Moura e Nascimento (2012) destacam que as empresas estão interessadas em atrair novos investidores e ainda, aumentar o nível de confiança junto aos mercados e devido a isso, passaram a evidenciar informações adicionais sobre a gestão empresarial e as ações de responsabilidade social e ambiental, indo muito além das exigências legais.

A adoção de uma postura social e ecologicamente responsável representa um diferencial competitivo e está se tornando uma meta das empresas. Para tanto, as iniciativas de responsabilidade social podem ser mensuradas a partir de um instrumento da contabilidade social denominado de balanço social. No Brasil, a publicação do balanço social não é obrigatória, contudo o número de empresas que divulgam suas realizações sociais junto com as demonstrações contábeis vem aumentando (FERRAZ; SCUDELER, 2009).

De acordo com Cesar e Silva Junior (2008) o conceito de responsabilidade social já é abordado há muito tempo. Entretanto, a avaliação do grau de responsabilidade social de uma empresa não é tarefa simples. Já o balanço social é uma ferramenta de gestão que as empresas utilizam para avaliar o nível dessa responsabilidade e, por meio desse instrumento é possível demonstrar todas as ações sociais desenvolvidas em um determinado período.

Frente ao exposto e tendo em vista a relevância atual do tema responsabilidade social, tanto no âmbito acadêmico como indicador de qualidade da gestão empresarial, destaca-se a seguinte questão que norteia esta pesquisa: Qual é o nível de responsabilidade social das empresas que pertencem ao programa “Em Boa Companhia” da BM&FBovespa? A partir do exposto, o objetivo desta pesquisa é identificar o nível de responsabilidade social das empresas que pertencem ao programa “Em Boa Companhia” da BM&FBovespa.

O estudo justifica-se, pela importância de analisar as informações relacionadas à responsabilidade social destas empresas, visto que “Em Boa Companhia” - Sustentabilidade nas Empresas é um programa da BM&FBovespa que tem o objetivo de engajar as empresas no tema sustentabilidade e, além disso, prepará-las para o novo contexto empresarial, no qual os fatores sociais e ambientais são importantes da mesma forma que os econômico-financeiros (BM&FBOVESPA, 2015).

Pode ser justificado ainda, pois, de acordo com Pinto e Ribeiro (2004), a responsabilidade social das empresas é um tema discutido há décadas. Contudo, não se tem um consenso em relação à obrigatoriedade da elaboração ou ainda, a um modelo padrão de divulgação, levando em consideração os conceitos contemporâneos dessa demonstração. Nesse sentido, muitas organizações estão publicando o balanço social, entretanto, de diferentes formas visto que algumas o publicam com elementos quantitativos, outras de forma discursiva e assim por diante.

Vale ressaltar que a atuação social das empresas reflete no processo decisório de compra, pois, cada dia os consumidores estão mais atentos a estas questões, verificando antes mesmo de comprar, o que certo produto ou serviço representa para a sociedade (TREVISAN, 2002).

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Responsabilidade Social

Responsabilidade social é um tema amplamente discutido. Toda empresa deve estar ciente de que sua responsabilidade social vai muito além da responsabilidade com seus clientes, pois o conceito de responsabilidade social designa o reconhecimento da sociedade como parte interessada da própria organização (LONGENECKER, 1981).

A empresa, além de ser um agente econômico é também um agente social, pois visa à geração do bem-estar social. A discussão reside no fato de que a empresa não pode somente visar a lucros, pois em seu relacionamento com a sociedade existem obrigações implícitas como: a preservação do meio ambiente, a criação bem como a manutenção de empregos, a contribuição para a formação profissional, a qualidade dos produtos e serviços que oferece ao mercado (PINTO; RIBEIRO, 2004).

Nesse sentido, Oliveira (2005) frisa que a responsabilidade social é um tema recente e de interesse da mídia, empresariado, academia, governo, e sociedade civil no Brasil. Nas últimas décadas houve um aumento na mobilização e preocupação da sociedade para com temas que estão associados à ética, cidadania, direitos humanos, desenvolvimento econômico e sustentável, bem como, a inclusão social. Diante disso, as empresas estão cada vez mais preocupadas, pois objetivam atingir e demonstrar desempenhos ambientais, econômicos e sociais que sejam adequados para a sociedade (ABNT, 2004).

Conforme Cesar e Silva Junior (2008) a evolução dos conceitos de empresa e seus objetivos incorporaram a responsabilidade social e, as razões que levaram as empresas a adotarem esta responsabilidade encontram-se na alteração das estratégias, estas que estão imbricadas no processo de gestão. Tupy (2008) discorre que para a empresa ter reputação socioambiental é importante que seja transparente e confiável nas ações.

Contudo, Souza, Pfitscher e Frey (2011) ressaltam que a responsabilidade social não envolve somente a ética, envolve o respeito dos cidadãos pela empresa, bem como o respeito da empresa para com o próprio ser humano. Tais ações beneficiam a comunidade de forma geral e trazem benefícios para a empresa, visto que lhe conferem a imagem de empresa socialmente responsável, sendo esse um diferencial no mercado.

A responsabilidade social abrange muito mais do que apenas doações financeiras, bem como, materiais, constitui-se de metas que a empresa tem para auxiliar no atendimento das necessidades da sociedade. Dessa forma, recentemente outras questões passaram a integrar os objetivos das empresas que vão além do lucro. As empresas buscam a satisfação dos clientes, os cuidados com o meio ambiente, o respeito, os direitos trabalhistas e ainda, o bem-estar social (MAZZIONI; DI DOMENICO; ZANIN, 2010).

Nesse mesmo sentido, Moscovici (2000) também já havia destacado que a responsabilidade social não está separada do negócio da empresa, contudo, é uma nova forma de gestão empresarial, na qual existe o compromisso da organização para com o desenvolvimento do bem-estar da sociedade e a melhoria da comunidade. Para tanto, a responsabilidade social trata do cumprimento dos deveres de forma ética, assim como as obrigações dos indivíduos e empresas (HORTA; RAMOS; LIMA, 2011).

A responsabilidade social começa pela própria empresa. Isso pode ser notado na busca contínua do bem-estar dos seus funcionários, além do incentivo e investimento no crescimento pessoal, profissional, bem como, social de seus funcionários (EIDT et al., 2014).

2.2 Balanço Social

Com o surgimento dos movimentos sociais que iniciaram na França, Alemanha e Inglaterra na década de 60, as exigências por parte da sociedade cobrando responsabilidade social das empresas se tornaram mais intensas. Tais exigências aumentaram no ano de 1977

com a adoção obrigatória do balanço social das empresas francesas (CUNHA; RIBEIRO; SANTOS, 2005).

O balanço social surgiu para suprir uma limitação de evidenciação por parte da contabilidade financeira, no que tange a evidenciação de informações de cunho social e ambiental. Contudo, somente em 1997 o tema balanço social ficou notável no Brasil, por meio de um seminário que foi realizado no Rio de Janeiro, Brasil. Além disso, a partir de campanhas do sociólogo Herbert de Souza que, naquela época era o diretor do Instituto Brasileiro de Análises Econômicas IBASE (2015).

Embora o estudo do balanço social seja recente no Brasil, é possível perceber a predisposição nos ambientes empresariais e acadêmicos, em contribuir nas discussões sobre sua elaboração e divulgação, até porque, é utilizado pela contabilidade no intuito de fornecer aos usuários, informações úteis, verdadeiras e justas, que revelam a responsabilidade das empresas com a sociedade (MAZZIONI; TINOCO; OLIVEIRA, 2007). Além disso, no Brasil a elaboração do balanço social ainda não é obrigatória e, não existem modelos e indicadores oficiais para sua divulgação (PINTO; RIBEIRO, 2004).

Conforme Pinto e Ribeiro (2004), o balanço social é uma demonstração que tem a finalidade de tornar pública a responsabilidade social das empresas, sendo que esta demonstração está sendo amplamente discutida. Inicialmente abordava somente aspectos relacionados a recursos humanos e após passou-se a divulgar outras informações de cunho social como a Demonstração do Valor Adicionado (DVA) que demonstra a formação e distribuição da riqueza da empresa, os benefícios e contribuições à sociedade e a postura no que diz respeito aos recursos naturais.

No Brasil há duas organizações que são responsáveis por incrementar, bem como, estimular a publicação de relatórios sociais, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e ainda, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. A função principal do balanço social é tornar pública a responsabilidade social da empresa, visando a transparência interna e externa nas áreas social, econômica e ambiental (PINTO; RIBEIRO, 2004).

Segundo Trevisan (2002), a empresa tem o direito de mostrar para a sociedade o que está fazendo e o que oferece de retorno e, para divulgar essas ações, o autor destaca que um dos melhores instrumentos é o balanço social, pois este aproxima a organização da comunidade em que está inserida.

Deste modo, as empresas que publicam o balanço social devem demonstrar de forma clara as políticas praticadas e seus reflexos no patrimônio. Sem essa prática, nunca uma organização conseguirá obter êxito, visto que a responsabilidade social exige que sejam rompidos preconceitos, que a administração seja transparente e que tenha uma constante ligação com seus usuários (FERRAZ; SCUDELER, 2009). Vale destacar que, segundo Cunha et al. (2010), o balanço social é útil para a geração de informações das entidades bem como sua evidenciação e, pode ser utilizado por diversas organizações, dentre estas as empresas do terceiro setor.

2.3 Estudos relacionados

No que tange a responsabilidade social das empresas tem-se diversos estudos, contudo, não se localizaram estudos que objetivassem identificar o nível de responsabilidade social das empresas que pertencem ao programa Em Boa Companhia da BM&FBovespa, a partir do balanço social do ano de 2013. Diante disso, apresentam-se os estudos anteriores encontrados, relacionados ao tema pesquisado.

O estudo de Pinto e Ribeiro (2004) fez uma revisão dos conceitos e indicadores do referido balanço social e avaliou o conteúdo das informações que estão sendo fornecidas pelas maiores indústrias do Estado de Santa Catarina, levando em consideração o número de

funcionários. Concluíram que o balanço social está sendo bastante difundido entre as empresas, porém apresentaram modelos diferentes, os indicadores são os mais variados, faltam algumas informações relevantes, os dados divulgados são de apenas dois períodos, o que não permite aos usuários uma utilidade mais ampla. Para tanto, as informações fornecidas pelas organizações ainda não atingiram o nível desejado, conforme as recomendações que são apresentadas na literatura e, recomendaram que seja utilizado um modelo padrão de balanço social com uniformidade tanto dos indicadores, quanto da sua expressão.

Com o intuito de analisar como as 500 maiores empresas S.A. não-financeiras do Brasil estão divulgando informações de caráter socioambiental de forma organizada, Oliveira (2005) coletou os balanços sociais publicados por estas, verificando de que forma publicaram estes balanços e quanto de recursos disponibilizaram para os setores socioambientais. Os resultados revelaram que quanto maior a empresa, mais é publicado o balanço social. Além disso, as maiores empresas brasileiras divulgam balanços sociais em número similar as maiores empresas internacionais. Verificaram que as empresas que mais publicam estão nos setores de atividades que possuem alguns dos maiores impactos sociais e ambientais, como o petróleo, a eletricidade e o gás.

Ferraz e Scudeler (2009) analisaram a evolução dos indicadores sociais e ambientais presentes no Balanço Social e avaliaram a abrangência e a relevância da prática da responsabilidade social, bem como as vantagens de sua adoção e divulgação para as empresas e sociedade de 17 empresas brasileiras que publicaram o Balanço Social no período de 2001 a 2005. Os resultados revelaram que as empresas que publicaram o Balanço Social, assumiram efetivamente maior compromisso com a questão da responsabilidade social. Contudo, os investimentos sociais e ambientais obrigatórios ainda são muito mais significativos do que os investimentos voluntários. Além disso, a riqueza gerada em sua atividade produtiva cresce em ritmo superior ao aumento verificado nos gastos destinados à coletividade e à preservação do meio ambiente. Aparentemente, as empresas são resistentes em relação a ampliar seus gastos, a fim de promover impacto mais significativo em termos de bem-estar social.

Dal Magro et al. (2012) objetivaram identificar o nível de responsabilidade social por meio dos indicadores divulgados no balanço social das empresas listadas na BM&FBovespa em 18 empresas da BM&FBovespa pertencentes ao programa Em Boa Companhia e que publicaram o balanço social no ano de 2010 em seus respectivos sítios eletrônicos. Os resultados revelaram que são poucas as empresas que publicam o balanço social. Além disso, revelaram que os investimentos em indicadores ambientais são consideravelmente inferiores aos indicadores internos e externos de responsabilidade social.

O estudo de Gonzaga et al. (2012) teve por objetivo avaliar se o balanço social, divulgado no relatório anual, registrava a responsabilidade social das empresas brasileira de capital aberto. Da população de 375 empresas abertas e negociadas na Bovespa em 2011, a amostra foi composta por quatro empresas: Petrobras, Vale, Banco Itaú Unibanco e Banco do Brasil. A identificação dos indicadores de responsabilidade social registrou o Banco do Brasil com o maior número de indicadores sociais, seguido da Petrobras. Além disso, o balanço social relatado no relatório anual das empresas evidenciava parcialmente a responsabilidade social das empresas brasileiras de capital aberto e era a melhor ferramenta de evidenciação. Contudo, o balanço social fica prejudicado devido a falta de legislação que obrigava as empresas a usá-lo.

Com o intuito de demonstrar os volumes e evolução dos indicadores sociais internos e externos das instituições financeiras Caixa e Banco do Brasil, Santos e Silva Júnior (2013) analisaram o Balanço Social destas instituições de 2002 a 2011. Os resultados revelaram que 6,56% e 9,66% da receita líquida total do período analisado foram absorvidos pelos investimentos sociais internos para a Caixa e Banco do Brasil, respectivamente. Em relação aos investimentos sociais externos, absorveram 3,09% para a Caixa e 6,53% para o Banco do

Brasil em relação à receita líquida do período analisado. Além disso, os componentes com maiores investimentos são encargos sociais compulsórios, participação nos lucros e resultados e alimentação, isso no ambiente interno e nesta mesma ordem para a Caixa e Banco do Brasil. No ambiente externo, para a Caixa, foi a cultura e esporte. Já o Banco do Brasil, foi o combate à fome e segurança alimentar e cultura no período analisado.

No estudo de Quintana et al. (2012) os autores tiveram por objetivo investigar como eram evidenciados os investimentos ambientais em termos quantitativos, de 30 companhias que participam do Programa em Boa Companhia da Bovespa, por meio do Balanço Social e da DVA, do período de 2009 a 2010. Constataram que as empresas apesar de sofrerem uma elevada carga tributária, mantêm um investimento significativo em seus colaboradores, que acaba refletindo, mesmo que de forma indireta, na questão social e ambiental. Concluíram que as empresas que participavam do Programa em Boa Companhia da Bovespa apresentavam uma contribuição pouco expressiva nos assuntos ambientais e sociais.

Por fim, tem-se o estudo de Eidt et al. (2014) que analisou a evidenciação nos relatórios da administração dos projetos sociais relacionados à comunidade das empresas do grupo “Em Boa Companhia” listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2011. Os autores realizaram uma pesquisa exploratória, documental e qualitativa. Os dados foram coletados a partir dos relatórios da administração. Os resultados demonstraram que, nem todos os projetos desenvolvidos pelas empresas eram evidenciados nos relatórios da administração, sendo que a maioria das empresas não apresentaram projetos no Programa “Em Boa Companhia”.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o intuito de responder o objetivo proposto de identificar o nível de responsabilidade social das empresas que pertencem ao programa Em Boa Companhia da BM&FBovespa será realizada uma pesquisa descritiva, documental e com abordagem quantitativa.

A população do estudo compreende todas as empresas que fazem parte do programa Em Boa Companhia da BM&FBovespa e estão listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e no Índice Carbono Eficiente (ICO2). Depois de excluídas as empresas duplicadas, a população do estudo ficou composta por 29 empresas. O Quadro 1 evidencia as empresas listadas neste índice.

Quadro 1 – População do estudo

nº	Empresa	Setor de Atuação	nº	Empresa	Setor de Atuação
1	Ambev	Consumo não Cíclico	16	Klabin	Materiais Básicos
2	BM&FBovespa	Financeiro e Outros	17	Lojas Americanas	Consumo Cíclico
3	BR Malls Participações	Financeiro e Outros	18	Lojas Renner	Consumo Cíclico
4	Bradesco	Financeiro e Outros	19	MRV	Construção e Transporte
5	Bradespar	Financeiro e Outros	20	Natura	Consumo não Cíclico
6	Banco do Brasil	Financeiro e Outros	21	OI	Telecomunicações
7	Braskem	Materiais Básicos	22	P. Açúcar-CBD	Consumo não Cíclico
8	BRF	Consumo não Cíclico	23	Rumo Log	Construção e Transporte
9	CCR	Construção e Transporte	24	Souza Cruz	Consumo não Cíclico
10	Cemig	Utilidade Publica	25	Suzano Papel	Materiais Básicos
11	Cielo	Financeiro e Outros	26	Telefônica Brasil	Telecomunicações
12	Fibria	Materiais Básicos	27	TIM Participações	Telecomunicações
13	Itausa	Financeiro e Outros	28	Ultrapar	Financeiro e Outros
14	Itaunibanco	Financeiro e Outros	29	Vale	Materiais Básicos
15	JBS	Consumo não Cíclico			

Fonte: Dados da pesquisa.

Já a amostra da pesquisa é composta por todas as empresas do programa, que publicaram o Balanço Social do ano de 2013 em seus respectivos sítios. Dessa forma, restaram para a composição da amostra deste estudo seis empresas, apresentadas no Quadro 2.

Quadro 2 – Amostra da pesquisa

nº	Empresa	Setor de Atuação	nº	Empresa	Setor de Atuação
1	Banco do Brasil	Financeiro e Outros	16	Lojas Renner	Consumo Cíclico
2	BRF	Construção e Transporte	17	P. Açúcar-CBD	Consumo não Cíclico
3	Cemig	Utilidade Publica	18	Ultrapar	Financeiro e Outros

Fonte: Dados da pesquisa.

Os dados foram coletados no Balanço Social no sítio das empresas que compõe a amostra. A análise dos dados foi realizada a partir dos indicadores propostos no modelo de Balanço Social do Ibase, conforme Quadro 3.

Quadro 3- Indicadores do Balanço Social

Grupos	Informação
Base de cálculo	Receita Líquida; Resultado Operacional; Folha de Pagamento.
Indicadores sociais internos	Alimentação; Encargos Sociais Compulsórios; Previdência Privada; Saúde; Saúde e Segurança no Trabalho; Educação; Cultura; Capacitação e Desenvolvimento Profissional; Transporte, Participação nos Lucros ou Resultados.
Indicadores sociais externos	Educação; Cultura; Saúde e Saneamento; Esporte; Combate à Fome e Segurança Alimentar; Geração de Trabalho e Renda.
Indicadores ambientais	Investimentos Relacionados com a Produção/Operação da Empresa; Investimentos em Programas e/ou Projetos Externos.
Indicadores de corpo funcional	Número de Empregados(as) no Fim do Período; Número de Admissões durante o Período; Número de Desligamentos durante o Período; Número de Empregados(as) Terceirizados (as); Número de Estagiários(as); Número de Aprendizes; Número de Empregados(as) Acima de 45 anos.
Informações referentes ao exercício da cidadania	Relação entre a Maior e a Menor Remuneração na Empresa; Número Total de Acidentes de Trabalho.
Outras informações	Outras informações relevantes relacionadas a práticas sociais e ambientais.

Fonte: IBASE (2015).

Para os indicadores sociais internos, indicadores sociais externos e os indicadores ambientes foi utilizada como base de cálculo a receita líquida, devido a disponibilidade dos dados e a utilização desta como base de referência no próprio Balanço Social das empresas. Já para os indicadores de corpo funcional foi considerada a fórmula que segue:

$$[(ADM + DEM)/2]/EMPPF]$$

Sendo: ADM as admissões; DEM as demissões e; EMPPF o número total de empregados no final do período.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir da análise do balanço social do ano de 2013 das empresas brasileiras listadas no programa “Em Boa Companhia” obteve-se os resultados expostos nesta seção. Inicialmente, apresentam-se os dados sobre a receita líquida e os indicadores internos, externos e ambientais. Na sequência, os indicadores corpo funcional, os investimentos em responsabilidade social, o percentual médio de investimento em responsabilidade social por setor e ainda, o valor e o percentual da Distribuição do Valor Adicionado. A partir da Tabela 1 é evidenciado o total da receita líquida do ano e os investimentos em indicadores.

Tabela 1 - Receita líquida e Investimentos em Indicadores

Empresa	Receita líquida*	Indicadores Internos*	Indicadores Externos*	Indicadores Ambientais*
Banco do Brasil	28.710.585	9.841.264	3.245.088	119.192
BRF	30.521.000	1.407.640	3.253.110	212.000
Cemig	14.627.280	774.617	5.707.429	193.526
Lojas Renner	4.094.403	194.666	1.103.833	3.907
P. Açúcar-CBD	57.730.262	2.026.100	4.529.804	12.686
Ultrapar	60.940.246	628.637	1.048.515	43.172

*Valor (Mil R\$)

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base na Tabela 1 nota-se que dentre as empresas que divulgaram seu balanço social no ano de 2013, a maior receita líquida foi a da empresa Ultrapar (R\$ 60.940.246), seguida da P. Açúcar-CBD (R\$ 57.730.262). Já em relação a menor, tem-se a das Lojas Renner (R\$ 4.094.403).

Em relação aos indicadores internos tem-se que o Banco do Brasil apresentou o maior valor (R\$ 9.841.264) e as Lojas Renner novamente a menor (R\$ 194.666). Contudo, em relação aos indicadores externos, a Cemig apresentou o maior valor (R\$ 5.707.429) e, dessa vez, a Ultrapar o menor (R\$ 1.048.515). Por fim, no que tange os indicadores ambientais, a BRF evidenciou o maior valor (R\$ 212.000) e as Lojas Renner novamente o menor (R\$ 3.907). Para tanto, percebe-se que a empresa Lojas Renner, da mesma forma que apresentou menor receita líquida para esse ano, apresentou o menor valor em relação aos indicadores internos e ambientais.

Diante disso, a Tabela 2 apresenta o percentual da receita líquida em relação aos indicadores internos das empresas que representam a alimentação, encargos sociais compulsórios, previdência privada, saúde, segurança no trabalho, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, transporte, participação nos lucros ou resultados, entre outros.

Tabela 2 - Percentual da receita líquida em relação aos indicadores internos

Empresa	Percentual Receita Líquida
Banco do Brasil	34,28%
BRF	4,61%
Cemig	5,30%
Lojas Renner	4,75%
P. Açúcar-CBD	3,51%
Ultrapar	1,03%

Fonte: Dados da pesquisa.

É possível perceber por meio na Tabela 2 o quanto cada uma das empresas investe sua receita líquida nos indicadores sociais internos. O Banco do Brasil se destacou dentre as demais empresas, pois em 2013 investiu 34,28% da sua receita líquida em investimentos internos. As demais empresas apresentaram um percentual baixo, sendo que a Ultrapar foi a que menos investiu, ou seja, apenas 1,03% da sua receita. Para tanto, houve uma variação de 33,25% entre as duas empresas. As demais investiram entre 3,51% a 5,3%.

Esse resultado foi bem diferente do encontrado por Santos e Silva Júnior (2013), no qual verificaram que 9,66% da receita líquida total do Banco do Brasil, do período de 2002 a 2011, foram absorvidos pelos investimentos sociais internos.

Diferente dos achados de Dal Magro et al. (2012), o Banco do Brasil não evidenciou nem 1% de investimentos da receita líquida em indicadores sociais internos. A Cemig, ao

contrário do verificado neste estudo, apresentou um percentual de 55,08%. Somente a empresa P. Açúcar que não apresentou um resultado distante do verificado neste estudo.

Os indicadores sociais externos são a educação, cultura, saúde e saneamento, esporte, combate à fome e segurança alimentar, geração de trabalho e renda, entre outros. A partir da Tabela 3 são apresentados os investimentos das empresas em indicadores sociais externos em relação a receita líquida e deste total, a destinação aos tributos.

Tabela 3 - Percentual da receita líquida em relação aos indicadores externos e tributos

Empresa	Relação aos Indicadores Externos	Relação aos Tributos
Banco do Brasil	11,30%	10,05%
BRF	10,66%	10,49%
Cemig	39,02%	38,49%
Lojas Renner	26,96%	26,68%
P. Açúcar-CBD	7,85%	7,78%
Ultrapar	1,72%	1,71%

Fonte: Dados da pesquisa.

Sabe-se que os indicadores externos representam o compromisso das empresas com o bem-estar da sociedade. Diante disso, é possível notar que a empresa Cemig, seguida da Lojas Renner são as que mais se preocuparam e investiram em 2013, apresentando um percentual de 39,02% e 26,96% respectivamente, ou seja, foi investido esse percentual do montante da receita líquida em indicadores externos. Contudo, a empresa Ultrapar teve apenas 1,72% de investimento nos seus indicadores externos. Sendo assim, a variação foi de 37,3%.

Vale salientar que o Banco do Brasil, BRF e P. Açúcar apresentaram um percentual aproximado entre si, sendo este de 11,30%, 10,66% e 7,85% respectivamente. Para tanto, este resultado se aproxima com os achados de Santos e Silva Júnior (2013), no qual verificaram que em relação aos investimentos sociais externos, foram absorvidos 6,53% para o Banco do Brasil em relação à receita líquida do período analisado.

Tais resultado vão ao encontro do resultado verificado por Dal Magro et al. (2012), pois identificaram que o Banco do Brasil apresentou investimento de 0,03% da receita líquida em indicadores externos e a Cemig 53,87%. Destaca-se que a empresa P. Açúcar investiu 7,95%, ou seja, resultado muito próximo do encontrado neste estudo.

Vale salientar que dentre o total de investimentos em indicadores externos grande parte é destinado ao governo, a partir dos tributos municipais, estaduais e federais. As empresas que mais desembolsaram em tributos municipais, estaduais e federais em relação a receita líquida do ano de 2013 foram as empresas Cemig e Lojas Renner, com um percentual de 38,49% e 26,68% respectivamente. Diante disso, é visível que quase todo o valor dos investimentos em indicadores externos se destina aos tributos. Além disso, todas as empresas apresentaram esse valor e, para todas, o valor dos tributos ficou bem próximo ao valor total.

Os indicadores ambientais que são representados pelos investimentos relacionados com a produção/operação da empresa e investimentos em programas e/ou projetos externos são apresentados na Tabela 4.

Tabela 4 - Percentual da receita líquida em relação aos indicadores ambientais

Empresa	Relação aos Indicadores Ambientais
Banco do Brasil	0,42%
BRF	0,69%
Cemig	1,32%
Lojas Renner	0,10%
P. Açúcar-CBD	0,02%
Ultrapar	0,07%

Fonte: Dados da pesquisa.

Na Tabela 4 é possível verificar que as empresas analisadas não apresentam um valor significativo de investimento da receita líquida em indicadores ambientais, visto que a empresa que apresentou o maior percentual foi a Cemig com 1,32% somente. Além disso, a diferença para a empresa que apresentou o menor percentual, a P. Açúcar foi de 1,30%, pois a mesma investiu apenas 0,02% da sua receita líquida em indicadores ambientais.

No geral, devido ao percentual baixo de investimentos em indicadores ambientais, este achado corrobora com o resultado evidenciado por Quintana et al. (2012), visto que concluíram que as empresas que participavam do Programa “Em Boa Companhia” da Bovespa apresentavam uma contribuição pouco expressiva nos assuntos ambientais e sociais.

Novamente, os resultados verificados por Dal Magro et al. (2012) corroboram com o resultado encontrado neste estudo pois, em relação aos indicadores ambientais todas as empresas apresentaram percentuais bem baixos, exceto a SANEPAR, contudo, essa empresa não foi analisada no presente estudo. O Banco do Brasil apresentou percentual de 0,27%, a Cemig 0,67% e a P. Açúcar o mesmo percentual, isto é, 0,02%.

Na Tabela 5 são apresentados os indicadores de corpo funcional que correspondem ao número de empregados(as) no fim do período, número de admissões durante o período, número de desligamentos durante o período, número de empregados(as) terceirizados (as), número de estagiários(as), número de aprendizes e número de empregados(as) acima de 45 anos. A rotatividade de pessoal, ou seja, o *turnover* refere-se à “renovação”. Conforme Torres (2001) está relacionado as admissões e demissões de uma empresa em determinado período, a entrada e saída de funcionários.

Tabela 5 – Indicadores de Corpo funcional (*turnover*)

Empresa	Relação aos Indicadores Ambientais
Banco do Brasil	4,08%
BRF	31,49%
Cemig	12,61%
Lojas Renner	52,05%
P. Açúcar-CBD	33,51%
Ultrapar	1,73%

Fonte: Dados da pesquisa.

A partir da Tabela 5 nota-se que houve uma variação considerável de rotatividade dos funcionários nas empresas analisadas, ou seja, o *turnover*. A Lojas Renner apresentou o maior percentual de rotatividade em 2013, isto é, de 52,05%. Para tanto, entende-se que muitos empregados foram admitidos, bem como, demitidos nesse período.

Além disso, as empresas BRF e P. Açúcar apresentaram o percentual de 31,49% e 33,51% que também é significativo. Já as empresas Banco do Brasil e Ultrapar não apresentaram um número alto de admissões e demissões em relação ao número total de empregados no final do período. Nesse sentido, Bohlander, Snell e Sherman (2004) destacam que a rotatividade nas empresas pode gerar um custo elevado para as organizações, tendo em vista que, quanto maior for a rotatividade, maiores serão os custos com treinamento de novos profissionais para atuarem na empresa, o que consequentemente, afeta na produtividade.

Tais achados se aproximam muito dos resultados encontrados por Dal Magro et al. (2012), principalmente em relação a empresa P. Açúcar pois, identificaram um percentual de 33,79% e neste estudo foi de 33,51%. Por meio da Tabela 6 é apresentada a receita líquida em relação aos investimentos em responsabilidade social e seu respectivo nível.

Tabela 6 - Receita líquida em relação aos investimentos em responsabilidade social

Empresa	Receita líquida em relação aos indicadores internos	Receita líquida em relação aos indicadores externos	Receita líquida em relação aos indicadores ambientais	Nível de Investimento
Banco do Brasil	34,28%	11,30%	0,42%	46,00%
BRF	4,61%	10,66%	0,69%	15,97%
Cemig	5,30%	39,02%	1,32%	45,64%
Lojas Renner	4,75%	26,96%	0,10%	31,81%
P. Açúcar-CBD	3,51%	7,85%	0,02%	11,38%
Ultrapar	1,03%	1,72%	0,07%	2,82%

Fonte: Dados da pesquisa.

A partir dos resultados da Tabela 6 é possível visualizar o nível de investimentos em indicadores sociais das empresas. Dessa forma, percebe-se que a empresa Banco do Brasil é a que apresentou o maior nível de investimento, ou seja, de 46%, seguido da Cemig com 45,64% e da Lojas Renner com 31,81%. Contudo, nota-se que a empresa Ultrapar apresentou o menor nível de investimento em relação a receita líquida, sendo de apenas 2,82%.

Novamente, os resultados se aproximam com os achados de Dal Magro et al. (2012) em relação a empresa P. Açúcar, visto que em relação ao nível de investimento a empresa evidenciou o percentual de 11,05% no ano de 2010 e neste estudo, a partir do balanço social de 2013, 11,38%. Para verificar o percentual de investimento das empresas, considerando o setor de atuação, elaborou-se a Tabela 7.

Tabela 7 - Percentual médio de investimento em responsabilidade social por setor

Setor de atuação	Percentual médio de investimento
Financeiro e Outros	48,82%
Construção e Transporte	15,97%
Utilidade Pública	45,64%
Consumo cíclico	31,81%
Consumo não Cíclico	11,38%

Fonte: Dados da pesquisa.

Na Tabela 7 é possível verificar que o setor financeiro e outros apresentou o maior percentual médio de investimentos da receita líquida em relação a responsabilidade social, isso porque representa 48,82%. Após, tem-se o setor de utilidade pública com 45,64%. Vale destacar que o setor de consumo não cíclico apresentou o menor percentual de investimento, com apenas 11,38%.

Os resultados verificados neste estudo vão ao encontro dos achados de Dal Magro et al. (2012), que identificaram a partir do balanço social de 2010 que o nível de investimento em responsabilidade social por setor era de 44,12% em utilidade pública e neste estudo foi de 45,64% e, 11,05% no setor de consumo não cíclico, sendo neste estudo de 11,38%. Contudo, difere-se em relação ao setor financeiro e outros pois, identificaram um percentual de 2,33% e na presente pesquisa foi de 48,82%.

Por fim, quanto as informações sobre o exercício de cidadania, apresenta-se a Distribuição do Valor Adicionado (DVA) por meio da Tabela 8.

Tabela 8 - Distribuição do Valor Adicionado

Empresa	Valor distribuído*	Distribuição do Valor Adicionado				
		Governo	Colaboradores	Acionistas	Terceiros	Retido
Banco do Brasil	49.051.040	26,80%	37,00%	12,90%	2,30%	21,00%
BRF	11.675.000	32,00%	39,00%	9,00%	20,00%	-
Cemig	11.568.000	48,36%	13,38%	14,70%	11,18%	12,38%
Lojas Renner	2.355.948	46,37%	21,94%	6,91%	14,40%	10,38%

P. Açúcar-CBD	14.362.784	26,60%	40,70%	4,20%	22,80%	5,70%
Ultrapar	4.300.000.000	28,00%	29,00%	17,00%	15,00%	11,00%

*Valor (Mil R\$)

Fonte: Dados da pesquisa.

A partir da Tabela 8, percebe-se que a distribuição do valor adicionado gerado pelas empresas desta pesquisa apresenta os maiores percentuais para o governo e para os colaboradores. Quanto a distribuição ao governo, destaca-se a Cemig com 48,36%, seguido das Lojas Renner 46,37% e BRF 32,00%. A empresa que apresentou menor distribuição para o governo foi a P. Açúcar – CBD com 26,60%.

Para com os colaboradores, destaca-se a P. Açúcar – CBD com a maior distribuição de valor adicionado, ou seja, de 40,70%, a BRF 39,00% e Banco do Brasil com 37,00%, a empresa com menor distribuição para os colaboradores foi a Cemig com 13,38%. A Ultrapar teve a maior distribuição em relação aos acionistas, pois apresentou o percentual de 17,000% do total do valor adicionado a distribuir. Já as empresas P. Açúcar – CBD, Lojas Renner e BRF tiveram a menor distribuição entre os acionistas, com 4,20%, 6,91% e 9,00% respectivamente.

No que diz respeito ao valor destinado a terceiros, a empresa P. Açúcar apresentou o maior valor, isto é, de 22,80% e o Banco do Brasil o menor, com apenas 2,30% do valor a distribuir. Por fim, em relação a distribuição ao retido, a empresa Banco do Brasil apresentou o maior percentual, de 21,00% e a P. Açúcar o menor, isto é, 5,70%. Tal resultado vai ao encontro com os resultados de Quintana et al. (2012), no qual as empresas, apesar de submetidas a uma elevada carga tributária imposta pelo governo, mantiveram o foco em seus colaboradores, surtindo reflexos na questão social e ambiental.

5 CONCLUSÃO

Com o objetivo de identificar o nível de responsabilidade social das empresas que pertencem ao programa “Em Boa Companhia” da BM&FBovespa, foi realizada uma pesquisa descritiva, documental e com abordagem quantitativa. Analisou-se o Balanço Social do ano de 2013, sendo que a amostra compreendeu as seis empresas que fazem parte deste programa e divulgaram seu balanço social neste ano analisado.

Os resultados evidenciaram que, em relação aos indicadores sociais internos, a empresa Banco do Brasil se destacou em relação às demais empresas analisadas, pois, em 2013 investiu 34,28% da sua receita líquida em benefícios internos. Contudo, a Ultrapar foi a que menos investiu em indicadores internos nesse período. Dessa forma percebe-se que houve uma variação de 33,25%.

Já em relação aos indicadores externos, a empresa Cemig apresentou o maior valor em indicadores externos em relação as outras empresas e, maior investimento se relacionado a receita líquida, ou seja, o percentual de 39,02% de investimentos externos em relação a receita líquida. Pelo contrário, a empresa Ultrapar apresentou o percentual de 1,72% de investimentos voltados a indicadores externos. Vale destacar que grande parte deste valor foi destinado ao governo, em forma de tributos e o valor ficou bem próximo ao investimento total do ano, isto é, quase todo o valor dos indicadores externos foi relativo a tributos.

Quando analisados os indicadores ambientais, evidenciou-se que a empresa BRF teve o maior valor de investimento da receita líquida nesses indicadores, se comparado às demais empresas analisadas e a Lojas Renner o menor. Entretanto, em relação a receita líquida, a empresa Cemig foi a que apresentou o maior valor, ou seja, de 1,32%. Já a empresa que menos destinou da sua receita líquida para esses indicadores foi a empresa P. Açúcar.

Para tanto, os resultados revelaram que poucas são as empresas que divulgam seu Balanço Social e, o valor relativo aos investimentos com indicadores ambientais é bem inferior aos indicadores internos e externos. Além disso, quase todo o valor investido em

indicadores externos é destinado para os tributos. Pode-se frisar que, em relação ao *turnover*, a Lojas Renner apresentou o maior percentual de rotatividade de funcionários no ano de 2013, isto é, de 52,05%. A Ultrapar apresentou a menor rotatividade.

Em resposta ao objetivo geral de identificar o nível de responsabilidade social das empresas que pertencem ao programa “Em Boa Companhia” da BM&FBovespa, conclui-se que mesmo sendo poucas empresas que divulgam o balanço social, o Banco do Brasil apresentou o maior nível de investimento da receita líquida do ano de 2013 em relação aos indicadores internos, externos e ambientais, sendo de 46%, seguido da Cemig com 45,64% e da Lojas Renner com 31,81%. Entretanto, a empresa Ultrapar apresentou o menor nível de investimento em relação a receita líquida, sendo de apenas 2,82%. Sendo assim, percebe-se que houve uma grande variação entre o maior e menor nível de investimento. Dessa forma, entende-se que algumas empresas investem muito mais nestes indicadores que as outras, não seguindo um padrão.

Este resultado vai ao encontro dos resultados identificados por Dal Magro et al. (2012), visto que identificaram que poucas empresas do programa “Em Boa Companhia” publicaram o balanço social. Além disso, os investimentos em indicadores ambientais são consideravelmente inferiores aos indicadores internos e externos de responsabilidade social.

Os achados corroboram com os resultados evidenciados no estudo de Pinto e Ribeiro (2004), pois concluíram que o balanço social se apresenta em modelos diferentes para determinadas empresas, as informações fornecidas pelas organizações ainda não atingiram o nível desejado. Os indicadores são os mais variados, há falta de informações relevantes, os dados divulgados são de apenas alguns períodos, o que não permite aos usuários uma utilidade mais ampla.

Além disso, o investimento das empresas nos três indicadores também é bem distinto. Já quando analisado por setor de atuação, o setor financeiro e outros apresentou o maior percentual médio de investimentos da receita líquida em relação a responsabilidade social, seguido pelo setor de utilidade pública. Contudo, o setor de consumo não cíclico apresentou o menor percentual.

Este achado ao de encontro com o resultado do estudo de Oliveira (2005), visto que verificaram que as empresas que mais publicam estão nos setores de atividades expostas e submetidas a maiores impactos sociais e ambientais, como o petróleo, a eletricidade e o gás, sendo que neste estudo, o setor de utilidade pública, no qual se inclui (energia elétrica) apresentou o segundo maior percentual de investimento. Contudo, o autor concluiu que quanto maior a empresa, mais informações são publicadas no balanço social, porém nesse estudo concluiu-se o contrário.

Ferraz e Scudeler (2009) ressaltam que as empresas que publicam o Balanço Social, assumem efetivamente maior compromisso com a questão da responsabilidade social. Contudo, Gonzaga et al. (2012) concluiu que o balanço social fica prejudicado devido à falta de legislação que obrigava as empresas a usá-lo. Além disso, os achados vão ao encontro do resultado de Eidt et al. (2014), pois concluíram que a maioria das empresas não apresentaram projetos no Programa “Em Boa Companhia” e os resultados apontaram que os projetos divulgados por algumas empresas não eram evidenciados em todos os períodos analisados.

Como limitação deste estudo tem-se que poucas empresas de capital aberto divulgam seu balanço social, sendo que algumas o evidenciam dentro dos demais relatórios da empresa. Isso pode ser explicado de acordo com Ferraz e Scudeler (2009), pois no Brasil, a publicação do balanço social não é obrigatória.

Recomenda-se para novas pesquisas, a verificação de todas as empresas brasileiras listadas no programa “Em Boa Companhia” da BM&FBovespa, não somente as que estão listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e no Índice Carbono Eficiente

(ICO2). Além disso, analisar esses os dados de outro país, a fim de comparabilidade dos resultados com este estudo.

REFERÊNCIAS

- ABNT. Associação Brasileira de Normas e Técnicas. **NBR 16001**. Responsabilidade Social: sistema da gestão – requisitos. Brasil, ABNT, 2004.
- BM&FBOVESPA. Bolsa de Mercadorias & Futuros e Bolsa de Valores de São Paulo. **Em Boa Companhia**. 2015. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/a-bmfbovespa/sustentabilidade/nas-empresas/em-boa-cia.aspx?idioma=pt-br>> Acesso em: 22 Jul. 2015.
- BOHLANDER, George W; SNELL, Scott; SHERMAN, Artur W. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- CESAR, Jesuína Figueira; SILVA, Júnior A. A relação entre a responsabilidade social e ambiental com o desempenho financeiro: um estudo empírico na Bovespa no período de 1999 a 2006. In: Congresso Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Ciências Contábeis. **Anais...** 2008.
- COUTINHO, Renata Buarque Goulart; MACEDO-SOARES, T. Diana L. V. A.. Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 6, n. 3, p. 75-96, 2002.
- CUNHA, Jacqueline Veneroso Alves da; RIBEIRO, Maisa de Souza; SANTOS, Ariovaldo dos. A demonstração do valor adicionado como instrumento de mensuração da distribuição da riqueza. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 16, n. 37, p. 7-23, 2005.
- CUNHA, Jacqueline Veneroso Alves; RIBEIRO, Maisa de Souza. Divulgação voluntária de informações de natureza social: um estudo nas empresas brasileiras. **Revista de Administração Eletrônica**, v.1, n.1, p. 1-23, 2008.
- CUNHA, Paulo Roberto; SANTOS, Vanderlei dos; MASOTTI, Fabiana Gonçalves, BEUREN, Ilse Maria. Balanço social no terceiro setor: análise do nível de adesão ao modelo IBASE de uma organização hospitalar. **Enfoque: Reflexão Contábil**, v. 29, n. 3, p. 76-93, 2010.
- DAL MAGRO, Cristian Baú; DI DOMENICO, Daniela; UTZIG, Mara Jaqueline Santore; LAVARDA, Carlos Eduardo Facin; MAZZIONI, Sady. Responsabilidade Social nas Empresas Listadas na BM&FBOVESPA. **Revista Gestão e Planejamento**, v. 12, n. 3, p. 746-765, 2012.
- DIAS, L. N. S.; SIQUEIRA, J. R. M. Análise da evolução qualitativa dos balanços sociais da Petrobras no período de 2000 a 2004. In: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 6, 2006, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP, 2006.
- EIDT, Aline; FANK, Odir Luiz; VOGT, Mara; DEGENHART, Larissa. Responsabilidade Social: Estudo nas Empresas Listadas no Programa em “Boa Companhia” da Bolsa de Valores-BM&FBOVESPA. **Revista Conexão**, n. 1, p. 1-19, 2014.
- FERRAZ, Márcio Oliveira; SCUDELER, Valéria Cristina. O balanço social como indicador da responsabilidade social empresarial. **UNIVERSITAS**, n. 2, p. 11-35, 2009.
- GONZAGA, Francisco Maués; LIMA, Laureate Antonia Silva de; REBELO, Luiza Maria Bessa; SOUZA, Waldemar Antônio da Rocha de. O Balanço Social e a Responsabilidade Social nas Empresas Brasileiras: Avaliação em Empresas de Capital Aberto. In: Convibra Administração. 2012. **Anais...** 2012.
- HORTA, Cecília Eugenia Rocha; RAMOS, Frederico Ribeiro; LIMA, Lidyane. Responsabilidade Social. **Abmes**, n. 5, p. 19-25, 2011.
- IBASE. Instituto Brasileiro de Análises Econômicas. **Balanço Social**. 2015. Disponível em: <<http://www.ibase.br/>>. Acesso em: 21 Jul. 2015.

LIMA, Diana Vaz de; VIEGAS, Waldyr. Tratamento contábil e evidenciação das externalidades ecológicas. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 13, n. 30, p. 46-53, 2002.

LONGENECKER, Justin G. **Introdução à administração: uma abordagem comportamental**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1981.

LUCA, Márcia Martins Mendes de; MOURA, André Aroldo Freitas de; NASCIMENTO, Fernando Saulo Pinheiro do. Evidenciação voluntária de informações sociais por empresas de capital aberto no Brasil com base nos indicadores de responsabilidade social da ONU. **Revista Alcance**, v. 19, n. 3, p. 362-380, 2012.

MAZZIONI, Sady. **Delineamento de um modelo de balanço social para uma fundação universitária**. 2005. 193 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2005.

MAZZIONI, Sady; DI DOMENICO, Daniela; ZANIN, Antonio. A evidenciação da prática corporativa de ações de responsabilidade social com o uso do balanço social. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 9, n. 27, p. p. 43-59, 2011.

MAZZIONI, Sady; TINOCO, João Eduardo Prudêncio; OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva. Proposta de um modelo de balanço social para fundações universitárias. **Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS**, v. 4, n. 3, p. 274-286, 2007.

MOSCOVICI, Fela. **Renascença Organizacional**. 8. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. Uma avaliação dos balanços sociais das 500 maiores. **RAE-eletrônica**, v. 4, n. 1, 2005.

PINTO, Anacleto Laurino; RIBEIRO, Maisa de Souza. Balanço social: avaliação de informações fornecidas por empresas industriais situadas no estado de Santa Catarina. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 15, n. 36, p. 21-34, 2004.

QUINTANA, Alexandre Costa; JACQUES, Flávia Verônica Silva; MARTINS, Alex Sandro Rodrigues; VALLE, Paula Roberta Pereira Costa. A Evidenciação Quantitativa dos Investimentos Ambientais com o Auxílio do Balanço Social e da Demonstração do Valor Adicionado. **RICG - Revista Iberoamericana de Contabilidade e Gestión**, v. 11, n. 21, p. 1-17, 2013.

SANTOS, Anderson Pires dos; SILVA JÚNIOR, Luciênio Rosa e. Balanço Social: Uma Análise Comparativa dos Indicadores Sociais Internos e Externos das Instituições Financeiras Caixa e Banco do Brasil 2002 a 2011. **Revista UNEMAT de Contabilidade**, v. 2, n. 4, p. 53-69, 2013.

SOUZA, Elaine Cristina de; PFITSCHER, Elisete Dahmer; FREY, Irineu Afonso. Balanço Social: uma análise dos indicadores sociais internos de uma empresa do ramo de pesquisa agropecuária no período de 2006 a 2010. 2011. In: XIV Semead – Seminários em Administração, São Paulo, **Anais...** 2011.

TORRES, Ciro. Responsabilidade social das empresas (RSE) e balanço social no Brasil. In: SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza. (Org.). **Balanço social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2001.

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

TUPY, Oscar. Investimentos em meio ambiente, responsabilidade social e desempenho econômico-financeiro de empresas no Brasil. **Revista de Estudos Politécnicos**, v. 6, n. 10, p. 73-86, 2008.