

BALANÇO SOCIAL

Deusmar dos Santos Batista¹ Jonas Comin de Campos²

1 – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FCSA – Universidade do Vale do Paraíba.
Av. Shishima Hifumi 2911 – Urbanova, 12244-000 – São José dos Campos, SP.

e-mail: deusmarbatista@bol.com.br

2 – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FCSA – Universidade do Vale do Paraíba.
Av. Shishima Hifumi 2911 – Urbanova, 12244-000 – São José dos Campos, SP

e-mail: comin@bol.com.br

Palavras-chave: Balanço Social, Empresa, Sociedade.

Área do Conhecimento: IV Ciências Sociais Aplicadas

Resumo: O estudo pretende mostrar a idéia do Balanço Social que está em tramitação no Congresso Nacional desde 1997. A relação entre a empresa e a sociedade foi fator determinante na escolha pelo tema. Dentre os pontos fundamentais deste instrumento estão: a composição, o caráter participativo e a obrigatoriedade. O Balanço social tem importância estratégica na estrutura organização, sendo assim o principal mecanismo de informação e avaliação do desempenho social das empresas.

INTRODUÇÃO

Na era da globalização, em que a troca de informação atinge um nível nunca antes alcançado, os produtos se tornam cada vez mais iguais. O conhecimento está muito mais disponível para as empresas, e fazer um produto de qualidade já não é mais um diferencial. Dentro desse cenário, o que define o sucesso de uma empresa e o aumento de seu faturamento pode estar relacionado com o que a sua imagem sugere e conota para o consumidor.

"Hoje, o patrimônio empresarial se constrói com uma marca forte que, por sua vez, está diretamente relacionada às atitudes da empresa", afirma Guilherme Leal, presidente da Natura Cosméticos (D'AMBROSIO, 1998).

Uma empresa que realiza projetos sociais possui uma vantagem competitiva que deve ser gerenciada no âmbito estratégico por seus executivos.

O conceito de responsabilidade social nas empresas é bastante difundido na maioria

dos países desenvolvidos, principalmente pela Europa.

No Brasil, a preocupação dos empresários em contribuir para o bem-estar da sociedade ainda é relativamente pequena. No entanto, se observa um movimento cada vez maior das empresas no sentido de arcar com responsabilidades em relação a seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, à comunidade onde atuam e ao meio ambiente.

Em decorrência do desenvolvimento econômico cada vez mais aprimorado, toda organização competitiva passou a adotar estratégias bem definidas como o Balanço Social. Um instrumento importantíssimo de planejamento e marketing, uma vez que divulga a imagem da empresa sobre sua atitude ética diante às questões sociais, para com os clientes, os fornecedores e o governo.

Para uma demonstração pública da responsabilidade empresarial utiliza-se um instrumento adequado, o balanço social.

Neste novo século é apontada a necessidade de adoção de comportamentos e atitudes mais flexíveis no relacionamento com o

mercado, especialmente no que permeia a sociedade e o meio ambiente.

Sendo assim, este artigo é composto por três partes. Na primeira relata as fases históricas do Balanço Social. Na segunda parte apresenta uma abordagem conceitual. E na terceira e última parte detalha o Balanço Social no Brasil, desde a lei regulamentadora a posição da CVM.

OBJETIVOS

O escopo principal do artigo é analisar o Balanço Social como ferramenta fundamental para a organização num mundo competitivo.

De modo geral, o objetivo gira em torno da transparência, termo que ganha destaque no cenário organizacional, em que a interação entre empresa e sociedade é gênero de primeira necessidade.

METODOLOGIA

Na delimitação do tema foi empregado o método indutivo através de pesquisa exploratória. Envolvendo levantamento de livros didáticos, artigos publicados em jornais e revistas, bem como sites conforme descrito no item de referências bibliográficas.

1. HISTÓRICO

Descendente da contabilidade empresarial, o Balanço Social espelha o valor dos recursos humanos.

O Balanço Social implica responsabilidade e dever de comunicar com exatidão e diligência os dados de sua atividade, de forma que a comunidade e os distintos núcleos que se relacionem com a entidade possam avaliá-la, compreendê-la e, oportunamente, criticá-la.

O instrumento contempla ainda uma série de informações de caráter qualitativo, entre as mais importantes estão as relativas à ecologia. A proposta é se evidenciar os esforços que as empresas vêm realizando para não afetar a fauna, a flora e a vida humana.

1.1 Os primeiros passos

No início do século XX já ocorriam manifestações a favor de uma maior responsabilidade social nas empresas. Entretanto, foi somente a partir dos anos 60 nos Estados Unidos e no início da década de 70 na Europa - particularmente na França, Alemanha e Inglaterra - que a sociedade iniciou uma cobrança deste tipo de comportamento por parte do empresariado e se consolidou a própria necessidade de divulgação do chamado Balanço ou Relatório Social (SILVA e FREIRE, 2001).

A companhia alemã Steag foi a primeira empresa em 1971 a produzir uma espécie de relatório sobre suas atividades sociais.

Entretanto, quem realmente marcou a história do Balanço Social foi a França em 1972. A empresa Singer divulgou o primeiro Balanço Social da história das empresas. Neste país várias experiências consolidaram a necessidade de uma avaliação mais sistemática por parte das empresas no âmbito social. Até que em 1977, foi aprovada uma lei que tornava obrigatória a realização de balanços sociais periódicos para todas as empresas com mais de 700 funcionários – número que posteriormente baixou para 300. Balanço Social voltou a pautar imprensa, empresas, universidades e organizações do terceiro setor. Atualmente, a publicação do Balanço Social é obrigatória por lei na França, e em países como Estados Unidos da América (EUA), Bélgica e Alemanha ela ocorre por exigência da própria sociedade.

Nos EUA, as pesquisas partiram das universidades e as características principais dos modelos dirigiram-se aos aspectos sociais públicos, às questões da diminuição da violência e da melhoria das relações das empresas com os consumidores. Enquanto na Europa, as propostas do Balanço Social desenvolveram-se em direção à solidariedade econômica do bloco europeu em formação e enfatizaram os aspectos do planejamento humano e social na empresa, no sentido de que assumissem igualdade de competência e aceitação, comparativamente aos demais processos empresariais: econômico, comercial, tecnológico etc.

2. DOCTRINAS ACERCA DO BALANÇO SOCIAL

Na visão de (SILVA e FREIRE, 2001), Balanço Social é um documento publicado

ano a ano que reúne um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas pela empresa, em termos de promoção humana e social, dirigidas a seus colaboradores e à comunidade na qual está inserida.

Por outro lado, (TINOCO, 2001) define como sendo uma análise voltada ao reporte de informações de conteúdo social, relativas ao pessoal que labora nas organizações.

Balanço social é o nome dado à publicação de um conjunto de informações e de indicadores dos investimentos e das ações realizadas pelas empresas no cumprimento de sua função social junto aos seus funcionários, ao governo e às comunidades com que interagem, direta ou indiretamente.

O Balanço Social deve ser visto como um instrumento de medida do comportamento da empresa em torno da satisfação de seus objetivos sociais. Esse instrumento deve ser estabelecido em função dos indicadores representativos da situação social, em nível de sociedade, ambiente e das condições de trabalho dentro da própria organização. A partir da política social pode-se elaborar um plano de como aplicar essa política – nele constando os elementos que farão parte do Balanço Social (Kwasnicka, 1990).

Segundo (SUCUPIRA, 2004) o Balanço Social é um documento publicado anualmente reunindo um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas a seus empregados e à comunidade onde está inserida. Através dele a empresa mostra o que faz pelos seus empregados, dependentes e pela população que recebe sua influência direta.

Embora tenha sua origem na contabilidade, não deve ser visto como um demonstrativo meramente contábil, mas como uma forma de explicitar a preocupação das empresas com o cumprimento de sua responsabilidade social. Constitui-se num distintivo de qualidade para aqueles que o adotarem.

Enfim, fazer e publicar o balanço social é mudar a visão tradicional, em que a empresa deveria tratar apenas de produzir e obter

lucro, sem se preocupar com a satisfação de sua força de trabalho e com o ambiente externo; para uma visão moderna em que os objetivos da empresa incorporam sua responsabilidade social.

Em síntese, o Balanço Social é um instrumento de demonstração das atividades das empresas que tem por finalidade conferir maior transparência e visibilidade às informações que interessam não apenas aos sócios e acionistas das companhias, mas também a um número maior de atores: empregados, fornecedores, investidores, parceiros, consumidores e comunidade (GESET, 2000).

O Balanço Social retrata toda a evolução verificada durante o ano decorrente, em matéria de recursos humanos (FIDES, 1984). Um instrumento indispensável ao planejamento e gestão dos recursos humanos pela informação.

Para sua elaboração conta-se com a participação dos funcionários responsáveis pelos diversos setores da empresa.

3. BALANÇO SOCIAL NO BRASIL

Na América Latina, o Balanço Social aparece considerando a experiência americana e européia, mescla das duas tendências, e busca um modelo de humanizar a empresa e de criar propostas participativas no sentido de desenvolver focos de democracia possíveis, numa época em que a quase totalidade dos países latino americanos viviam sob regimes fechados e autoritários.

No Brasil, a influência desta mudança de mentalidade empresarial já pôde ser notada na “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil). Em meados de 1977, um grupo de estudiosos da responsabilidade social na empresa, ligados a ADCE – UNIAPAC, e à Fundação FIDES, formulou proposta para o desenvolvimento de um “balanço social” aplicável à realidade brasileira.

O primeiro Balanço Social feito no Brasil foi da Nitrofértil, empresa estatal situada na Bahia, em 1984. A curiosidade deste balanço é que ele também foi apresentado no estilo

de literatura de cordel. No mesmo período, estava sendo realizado o Balanço Social do Sistema Telebrás, publicado em meados da década de 80. O do Banespa, realizado em 1992, completa a lista das empresas precursoras deste tipo de relatório no Brasil. Porém, só a partir do início dos anos 90 é que poucas empresas brasileiras passaram a levar a sério esta questão e a divulgar sistematicamente em Balanço ou Relatório Social as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários.

Desde esta década, o sociólogo Herbert de Souza, o famoso Betinho, procurou por empresários dispostos a fazer doações e apoiar campanhas como a luta contra a Aids, além de ações em favor de crianças e adolescentes – criação da Associação Brasileira Interdisciplinar contra a Aids (Abia). Muitos outros projetos socioculturais, como educação, meio ambiente, geração de renda, crianças de rua, teatro, cinema, música, artes plásticas, literatura e patrimônio histórico foram estimulados pelo Betinho. O sociólogo pregava pela “Empresa Pública e Cidadã”.

Depois de recolocado na agenda nacional a partir de 1997 em um amplo seminário realizado no Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) do Rio de Janeiro, o tema da responsabilidade social das empresas galgou novos patamares. Algumas obras acadêmicas começaram a aparecer, ao mesmo tempo em que muitas empresas davam início ao desenvolvimento, de mais sistemática, ações sociais e ambientais concretas e passaram a divulgar anualmente o Balanço Social. Com a ampla repercussão nacional sobre o tema, o Ibase juntamente com o Betinho lançou em 16 de junho de 1997, uma campanha pela divulgação anual do Balanço Social das Empresas. A idéia foi declarar o instrumento como sendo o primeiro passo para uma empresa tornar-se uma verdadeira Empresa Cidadã (IBASE, 2004).

A dimensão destas empresas não se restringe apenas a determinada sociedade, cidade ou país, mas ao modo com que se organiza e principalmente, por meio de atividades essenciais (SILVA e FREIRE, 2001). Esses fatores contribuem para o amadurecimento da idéia da Empresa

Cidadã e Balanço Social, na cultura das organizações brasileiras.

3.1 Legislação

No movimentado ano de 1997 a então deputada federal pelo Partido dos Trabalhadores (PT) do estado de São Paulo, Marta Suplicy, apresentou em maio na Câmara dos Deputados em Brasília, o Projeto de Lei n.º 3.116/97, que versava sobre Balanço Social e responsabilidade social das empresas brasileiras. O objetivo do projeto era tornar obrigatório, para todas as empresas com mais de 100 funcionários, a divulgação anual de um Balanço Social, conforme diversos critérios especificados no texto e tomado por base o modelo francês.

A justificativa apresentada no projeto dizia:

“Elaborar o Balanço Social é um estímulo à reflexão sobre as ações das empresas no campo social. O Balanço Social estimulará o controle social sobre o uso dos incentivos fiscais e outros mecanismo de compreensão de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de políticas de recursos humanos e servirá como parâmetro de ações dos diferentes setores e instâncias da empresa, no campo das políticas sociais”.

Durante os anos de 1997 e 1998 inúmeros projetos que versavam sobre o Balanço Social foram apresentados em vários municípios do Brasil. Um deles foi em São Paulo, realizado pela então vereadora Aldaíza Sposati. O projeto n.º 39/97, aprovado em 23 de outubro de 1998, que criou o dia e o “Selo Empresa Cidadã do Município de São Paulo”, foi transformado na Resolução n.º 05/98 estabelecendo um selo/certificado para toda a empresa que apresentar qualidade em seu Balanço Social anual. Essa resolução também constitui uma comissão para dar encaminhamentos aos trabalhos, especificar um modelo de Balanço Social e julgar as empresas merecedoras de tal selo (SILVA e FREIRE, 2001). Um ano depois 25 empresas receberam o selo.

A Assembléia Legislativa do estado do Rio Grande do Sul pode ser a pioneira criando projeto que obriga o governo a apresentar Balanço Social anual. O projeto é fruto do trabalho de quatro meses de 12

parlamentares. O deputado Cezar Busatto, presidente da Comissão, a lei pretende restabelecer o papel do setor público tornando a responsabilidade social preponderante em relação à responsabilidade fiscal e monetária (JORNAL VALOR ECONÔMICO, 24 set. 2003).



Fonte: TINOCO, 2001, p. 24

Uma das preposições da lei é melhorar a qualidade dos gastos sociais, já que apesar dos R\$ 150 bilhões investidos por ano pelas esferas do poder federal, estadual e municipal no país, o Brasil tem um terço da população abaixo da linha de pobreza. Além disso, o projeto estimula a formação de alianças entre o poder público, a iniciativa privada e o terceiro setor. Portanto, as instituições que se destacarem no cumprimento da lei receberão certificados de responsabilidade social emitidos pela Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul, garantindo a elas preferência em acordos de cooperação técnica e financeira com o governo.

Aos fornecedores e investidores informa como a empresa encara suas responsabilidades quanto aos seus recursos humanos, o que é um bom indicador da forma como a empresa é administrada. Para os consumidores dá uma idéia da mentalidade dos dirigentes da companhia, o que pode ser associado à qualidade do produto ou serviço que a empresa oferece. Ao Estado ajuda na formulação das políticas públicas.

3.2 Quem são os beneficiários?

3.3 Empresas que utilizam o Balanço Social

O Balanço Social é o instrumento que possibilita à sociedade ter conhecimento dessas ações empresariais. Esse conhecimento se processa mediante a divulgação de um conjunto de informações relevantes, normalmente agrupadas em indicadores. Como por exemplo: indicadores laborais, sociais e do corpo funcional - que evidenciam, dentre outros, os gastos e investimentos feitos em benefício dos empregados e em benefício da comunidade.

A utilização desse instrumento ainda está em estágio de reflexão e aceitação por parte dos empresários em elaborar um demonstrativo desse tipo. Apesar de em alguns países já existir uma consciência empresarial da necessidade e utilidade do Balanço Social, o Brasil ainda está em fase de maturação das idéias sem nada de muito concreto.

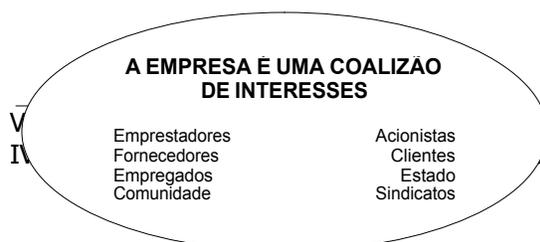
De modo geral, o Balanço Social favorece a todos os grupos que interagem com a empresa. Aos dirigentes fornece informações úteis à tomada de decisão no que se refere aos programas sociais. Também é um instrumento de gestão. É natural que os indicadores do balanço social estimulem a participação voluntária dos empregados na escolha dos programas sociais da empresa, o que acarreta um grau mais elevado de integração nas relações entre dirigentes e funcionários.

Outro aspecto ainda em estágio de reflexão refere-se aos itens que devem compor o Balanço Social (KWASNICKA, 1990). Uma preocupação muito mais em relação à logística de utilização do instrumento, sua legalidade e implicações que trará às normas e aos padrões de avaliação dos resultados das operações organizacionais.

As entidades empresariais, como sistemas abertos participam do controle das relações sócio-econômicas e políticas, por sua capacidade de regulação.

As empresas que utilizam o Balanço Social dependem em sua estrutura e em seu funcionamento, além das dimensões organizacionais e do efeito. Falando na prática do instrumento, é preciso reafirmar a ética na estratégia empresarial. Espelho de empresas bem-sucedidas que tendem a conseguir mais facilmente acesso a recursos de fundos de investimentos. Portanto, quanto

FIGURA1 Mensuração social na empresa



mais elevados forem os valores éticos organizações a serem demonstrados, mais as pessoas confiarão na empresa e mais benefícios conseguirá valendo-se de relações sólidas com todos os agentes participantes do processo produtivo.

O lucro das empresas é um importante instrumento não só de sobrevivência das empresas, mas também de medição do sucesso que tiveram em atender a necessidades de bens e serviços da sociedade.

“Muitos aspectos da vida da empresa fogem às simples considerações contábeis. Os resultados demonstrados no balanço econômico podem parecer brilhantes e promissores e, contudo, os verdadeiros objetivos da empresa talvez não tenham sido atingidos” (HUMES, 1999).

Se a empresa for considerada apenas um instrumento de geração de riquezas materiais e se, como resultado, todas as pessoas que a ela estão ligadas e todas as ações por ela empreendidas forem subordinadas a esse único propósito, os objetivos maiores da empresa estarão sendo esquecidos. Se admitirmos, com efeito, que são os homens e as mulheres que constituem o patrimônio mais precioso da empresa, a satisfação das necessidades fundamentais destes passa a ter importância indeclinável.

Este é o princípio da empresa-cidadã, ou seja, aquela que é comprometida com a qualidade de vida da sociedade e que, através do seu Balanço Social, apresenta os seus investimentos nos mais diversos projetos sócio-culturais.

“As empresas que tomaram a decisão de investir na melhoria comunitária, ou seja, que levaram em consideração a sua responsabilidade social, estão rapidamente descobrindo o sucesso do negócio. Elas praticam a responsabilidade social da mesma forma com que utilizam estratégias para obter lucro com produtos de qualidade” (BATISTA, 2001).

3.4 Posição da CVM

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) apoia e incentiva a divulgação voluntária das

ações empresariais que reflitam as suas preocupações e responsabilidades no campo social. Também apresentou, em audiência pública, proposta de inclusão do Balanço Social nas demonstrações financeiras já exigidas das empresas de capital aberto, não tendo havido consenso na época quanto ao encaminhamento da matéria.

Segundo (GESET, 2000), a CVM elaborou um Projeto de Lei que prevê alterações e inovações nas informações contábeis divulgadas pelas sociedades anônimas e limitadas. Dentre estas, destaca-se a obrigatoriedade da divulgação do Balanço Social por empresas de grande porte, que tenham faturamento anual superior a R\$ 150 milhões e ativos de mais de R\$ 120 milhões, mesmo que não tenham capital aberto.

CONCLUSÃO

A idéia principal do Balanço Social é aprimorar as práticas de transparência e responsabilidade dentro do tão vasto e complexo universo das organizações sociais, fortalecendo e buscando dar visibilidade às nossas práticas, condutas e imagem.

O objetivo fundamental deste instrumento é demonstrar de onde vêm os recursos da organização, onde os mesmos são aplicados, quais são as atividades desenvolvidas e como a instituição se relaciona com seus funcionários e funcionárias. Além disso, existe a possibilidade da organização relatar a preocupação e quais são as metas para promover a diversidade em seus quadros, apresentar em que nível está a participação interna e como anda a democracia no dia-a-dia institucional.

Um Balanço Social poderá refletir de forma criativa este mesmo processo num demonstrativo social, sem rigidez pré-determinada, mas com itens que permitam uma demonstração quantificada das ações desenvolvidas pela organização. Isto implica as metas que foram definidas no período considerado, os resultados atingidos e as novas metas a se atingirem.

Quanto à prática do Balanço Social, seria prematuro querer enquadrar o social num único modelo operacional. Analisando demonstrativos e relatórios sociais de várias

organizações europeias, americanas e brasileiras, observa-se formas criativas de quadros ou gráficos numéricos e estatísticos que foram utilizadas.

Enfim, conclui-se que o Balanço Social é a grande via de ligação entre o executor da ação social e seus beneficiários, comunicando e informando quantitativa e qualitativamente tudo aquilo que está sendo realizado nos planos social e ambiental. A sociedade precisa da empresa. Porém, esta precisa muito mais da sociedade; sem o seu aval nenhuma empresa permanece no mercado por muito tempo.

O Balanço Social é um instrumento de informação da empresa para a sociedade, por meio do qual a justificativa para sua existência deve ser explicitada. Em síntese, esta justificativa deve provar que o seu custo-benefício é positivo, porque agrega valor à economia e à sociedade, porque respeita os direitos humanos de seus colaboradores e, ainda, porque desenvolve todo o seu processo operacional sem agredir o meio ambiente.

Este instrumento tem o potencial para demonstrar o lado social e humano das empresas, sua responsabilidade social e compromisso com as gerações presentes e futuras. Trata-se de uma idéia já discutida há décadas e que ainda carece de discussão, mas que precisa ser abraçada. Os benefícios serão para a sociedade como um todo e para a própria empresa.

O Balanço Social não deve ser obrigatório por lei, mas sim por princípios morais, éticos, de respeito e responsabilidade social.

Dessa forma, sua adoção deve ser encarada como um compromisso de transparência em relação às pessoas envolvidas direta ou indiretamente com a organização, mostrando que a grande sacada está em divulgar e compartilhar as informações e não retê-las como segredo de estado. Para isso, sem dúvida, ele deve ser fruto de uma ação espontânea da organização e não da imposição de legislação específica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[1] Ação social das empresas do nordeste: quem são e onde estão. Artigo publicado em: Out. 2000. Brasília: IPEA, 2000. Disponível em: <http://www.ipea.org.br>. Acesso em: 07 mar. 2004.

[2] Balanço social – posição da CVM. In: CVM. Disponível em: <http://www.cvm.org.br>. Acesso em: 15 abr. 2004.

[3] Balanço social: a evolução das demonstrações contábeis. Monografia. Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Ceará. UFC: Fortaleza. Jun. 2001. In: Universidade Federal do Ceará. Disponível em: <http://www.ufc.org.br>. Acesso em: 07 mai. 2004.

[4] Balanço social. DL 190/96. Publicado em: out. 1996. In: IBASE. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>. Acesso em: 07 mar. 2004.

[5] D'AMBROSIO, D.; Investir em ética pode ser um bom negócio. Gazeta Mercantil. São Paulo: 27 de julho de 1998. C-8.

[6] FREIRE, F. S.; MALO, F. B.; Memória social e decisões estratégicas. Artigo publicado em: Jun. 1999. no Boletim do Ibase. In: Boletim do Ibase. n.º 99. p. 10-11. Disponível em: <http://www.cgi/cgilua.exe/sys/styart/htm?tpl=printerview&from%5Finfo5%Findex=11&sid=5&infoid=53>. Acesso em: 15 abr. 2004.

[7] KWASNICKA, E. L.; Introdução à administração. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1990.

[8] Ong's ecológicas se unem as empresas. Artigo publicado em: 09 ago. 2001. In: Jornal Valor Econômico: Acesso em: 17 mar. 2004.

[9] PELIANO, R. B.; Participação das empresas na área social surpreende. Artigo publicado em: 17 nov. 1999. In: IPEA. Disponível em: <http://www.ipea.org.br>. Acesso em 05 mai. 2004.

[10] RICCA, J. L.; Balanço social. In: Ibase. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>. Acesso em: 17 mar. 2004.

[11] SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. S.; Org. Balanço social: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001.

[12] SUCUPIRA, J.; A responsabilidade social das empresas. In: IBASE. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>. Acesso em: 17 mar. 2004.

[13] SUPLICY, M.; TAVARES, M. C.; STARLING, S.; Projeto de lei n.º 3.116/97 que cria e torna obrigatório o balanço social para todas as empresas públicas e para empresas privadas com 100 ou mais empregados.

[14] TINOCO, J. E. P.; Balanço social: Uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.

[15] Responsabilidade social e transparência. In: Ibase. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>. Acesso em: 05 mai. 2004.

[16] TREVISAN, A. M.; A empresa e seu papel social. Artigo publicado em: 13 mar. 2002. In: Ibase. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>. Acesso em: 07 mar. 2004.

[17] TREVISAN, F. A.; Balanço social como instrumento de marketing. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>. Acesso em: 07 mar. 2004.