

Balanço social não é Vitrine? Um Estudo dos Demonstrativos Sociais das Companhias de Capital Aberto no Brasil

Denise Carneiro dos
Reis Benardo¹

Nádia Campos
Pereira¹

German Torres
Salazar¹

Luiz Marcelo
Antonialli¹

denisecarneiroprof@
yahoo.com.br

nadiacpereira@yaho
o.com.br

german@ufla.br

lmantonialli@ufla.br

¹ Universidade Federal de Lavras (UFLA), Lavras, MG, Brasil

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi analisar a credibilidade das informações sociais divulgadas nos balanços sociais no Brasil. Para tanto, foram analisadas as variáveis receita líquida (RL) e o resultado operacional (RO) - pelo fato de serem as únicas informações auditadas e passíveis de comparação - publicadas nos balanços sociais das companhias de capital aberto. Tal comparação proporcionou subsídios para constatar se realmente a afirmação “Balanço social não é vitrine” título de uma matéria do Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa (dezembro/2005) é verdadeira. Foram analisados 235 balanços sociais e demonstrativos de resultado do exercício – totalizando 470 demonstrativos - de 66 empresas, no período entre 2000 a 2004. Os resultados demonstraram que, no período analisado, a maioria dos demonstrativos apresentou dados não-compatíveis, contrariando a afirmativa de que balanço social não é vitrine no Brasil.

Palavras-Chave: Balanços Sociais; Receita Líquida (RL); Resultado Operacional (RO); dados não-compatíveis

1 INTRODUÇÃO

Desde a década de 1990, o tema responsabilidade social vem despertando grande interesse dos administradores dos mais variados ramos empresariais. Todos os anos as “empresas-cidadãs” publicam relatórios sociais denominados “balanço social” com o objetivo divulgar ações dirigidas aos seus *stakeholders*, ou seja, grupos que interagem com organização.

O objetivo do balanço social é demonstrar uma certa realidade econômica e social num determinado período. As informações contidas nesse relatório devem ser diretas, simples e transparentes, permitindo, tanto à comunidade como aos diversos núcleos que interagem com a empresa, avaliá-la, compreendê-la e criticá-la (TINOCO, 2001).

O balanço social demonstra, juntamente com os demais relatórios contábeis, a solidez da estratégia de sobrevivência e crescimento da organização. Também pode evidenciar, por meio de indicadores, as contribuições à qualidade de vida da população, ampliando, assim, o grau de confiança da sociedade na entidade e contribuindo para a valorização da empresa.

Nesse sentido, a motivação para a realização deste artigo partiu da afirmação “Balanço social não é Vitrine” título de uma matéria do Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa (dezembro/2005). Diante dessa afirmação, este trabalho verificou a compatibilidade da receita líquida (RL) e o resultado operacional (RO) publicados nos balanços sociais (BS) e nos demonstrativos de resultado do exercício (DRE). A escolha de tais variáveis deve-se ao fato de serem as únicas auditadas, conseqüentemente, passíveis de comparação e de credibilidade. Foram analisados os demonstrativos sociais e financeiros das companhias de capital aberto no Brasil no período entre 2000 a 2004, logicamente resguardando suas identidades. O estudo

proporcionou subsídios para constatar se realmente a afirmação “Balanço social não é Vitrine” é verdadeira.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

O tema Responsabilidade Social surgiu em meados de 1950, nos Estados Unidos e na Europa. A preocupação dos estudiosos da época girava em torno da excessiva autonomia dos negócios e do poder destes na sociedade, sem a preocupação com as conseqüências negativas de suas atividades. Porém as primeiras definições eram dúbias e inconsistentes. De acordo com Duarte & Dias (1985, p. 41):

“Segundo Howard Bowen, cuja obra é um marco no campo da Responsabilidade Social da Empresa, as primeiras manifestações desta idéia surgiram no início do século, em trabalhos de Charles Eliot (1906), Arthur Hakley (1907) e John Clark (1916). Tais idéias, porém, não tiveram maior aceitação nos meios acadêmicos e empresariais, onde deviam soar, - considerando a época – como heresias socialistas”.

Em 1923, o inglês Oliver Sheldon defendeu a inclusão, entre as preocupações da empresa, de outros objetivos além do lucro dos acionistas, mas na época, não obteve sucesso. Em 1942, num manifesto subscrito por 120 industriais ingleses, a idéia de Sheldon ressurgiu. Em 1953, surgiu nos Estados Unidos, a primeira obra analisando o tema, intitulada “*Social Responsibilities of the Businessman*”, de Howard Bowen. Assim, o tema começou ganhar destaque entre os empresários americanos e centros acadêmicos (DUARTE & DIAS, 1985).

Na década de 1960, os estudos voltaram-se para a formalização do conceito de responsabilidade social empresarial, predominando a visão de que a responsabilidade das empresa ultrapassa o paradigma de maximizar lucros (Borger, 2001).

A expressão responsabilidade social suscita uma série de interpretações. Para alguns, representa a idéia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros, é um dever fiduciário, que impõe às empresas padrões mais altos de comportamento que os do cidadão médio. Já outros a traduzem como prática social, papel social e função social e alguns a vêem associada ao comportamento eticamente responsável ou a uma contribuição caridosa (Ashley e Cardoso, 2002).

Srouf (2000) a define como uma tentativa de compatibilizar os interesses e exigências das organizações e dos *stakeholders*, remetendo a uma cidadania organizacional no que concerne ao âmbito interno da empresa e no âmbito externo à implementação de direitos sociais.

Segundo a ótica de Ferrell et. al. (2001), a responsabilidade social seria uma espécie de obrigação que a empresa assume junto à sociedade com a única finalidade de maximizar os efeitos positivos e minimizar os impactos negativos gerados por ela.

Interessante destacar que a sociedade civil teve um papel de destaque no estabelecimento da responsabilidade social no meio empresarial. Universidades, igrejas e fundações pressionaram os empresários de diversas formas. Os movimentos ganharam as ruas e, nem sempre, foram manifestações pacíficas (DUARTE & DIAS, 1985; TINOCO 2001). Alguns “*éticos investidores*” utilizaram como armas os *portfólios* de ações que detinham nas grandes empresas. Nas assembleias gerais de acionistas, faziam pressão sobre os conselhos de administração para reorientar suas políticas e “*(...) Minoritários agitaram-se, procurando ajuda de especialistas: jornalistas, professores universitários, contadores, economistas, pesquisadores de grandes instituições (o Instituto Battelle, em Seattle, em particular), representantes de interesses coletivos*” (TINOCO, 2001, p. 23).

A discussão acerca da responsabilidade social das empresas ultrapassa a questão do repasse das obrigações do estado para a sociedade privada, *marketing* empresarial e assume um lado estratégico no mundo dos negócios.

De acordo com alguns estudiosos, a responsabilidade social é uma variável importante na estratégia competitiva da empresa. A maioria dos consumidores europeus afirma que o compromisso de uma empresa com a sua responsabilidade social é um fator que pesa na aquisição de um produto ou serviço, estando predispostos a pagar mais por produtos de empresas socialmente responsáveis. Estudos realizados pelo Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor (CEATS/USP), em 2002, também demonstraram que o consumidor brasileiro está disposto a pagar mais por produtos de empresas socialmente responsáveis.

No Brasil, ressalte-se ainda que, em 1998, foi fundado o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, que serve como ponte entre os empresários e as causas sociais. O objetivo do instituto é disseminar a prática social por meio de publicações, experiências, programas e eventos para seus associados e para os interessados em geral. Assim, a instituição procura contribuir com o desenvolvimento social, econômico e ambientalmente sustentável, incentivando a formação de uma nova cultura empresarial baseada na ética, princípios e valores. Em 2000, para fortalecer o movimento pela responsabilidade social no Brasil, o Instituto concebeu os Indicadores Ethos, como um sistema de avaliação do estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social nas empresas. Esses indicadores estão divididos entre sete áreas principais ou sete dimensões do papel social das empresas, sendo: público interno, consumidores, comunidade, governo, fornecedores, valores e meio ambiente. O modelo de balanço social do Ibase e os Indicadores Ethos permitem análises complementares. Em geral, são utilizados de forma conjunta, em um mesmo balanço social.

É importante, porém, ressaltar alguns itens pertinentes à compreensão do conceito de responsabilidade social em sua totalidade. O primeiro deles seria a expansão do alcance da responsabilidade social, que não mais se limitaria ao interior da empresa, visando somente o lucro. O segundo seria ultrapassar as suas obrigações legais adotando uma política pautada na moral e ética. Por último, a adoção de políticas diferenciadas, de acordo a sociedade na qual a empresa se encontra (DUARTE & DIAS, 1985).

2.2 BALANÇO SOCIAL COMO FERRAMENTA DE ANÁLISE

O balanço social, conhecido também como relatório de sustentabilidade ou relatório de responsabilidade social, é um demonstrativo elaborado anualmente pelas empresas para prestar contas das atividades sociais e ambientais da organização. Reúne um conjunto de informações sobre projetos, benefícios e ações sociais e serve como instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

Segundo Tinoco (2001, p. 14):

“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”.

O objetivo do balanço social é demonstrar uma certa realidade econômica e social num determinado período. As informações contidas nesse relatório devem ser diretas, simples e transparentes, permitindo, tanto à comunidade como aos diversos núcleos que interagem com a empresa, avaliá-la, compreendê-la e criticá-la (Tinoco, op. cit.). A função principal desse demonstrativo é tornar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

Segundo Kroetz, (2000) o balanço social é uma ferramenta gerencial que reúne dados qualitativos e quantitativos sobre as relações entidade/ambiente, permitindo identificar problemas e oportunidades, auxiliando a administração na tomada de decisão e na adoção de estratégias empresariais. Assim, o balanço social demonstra, juntamente com as demais demonstrações contábeis, a solidez da estratégia de sobrevivência e crescimento da organização. Também pode evidenciar, por meio de indicadores, as contribuições à qualidade de vida da população ampliando, assim, o grau de confiança da sociedade na entidade e contribuindo para a valorização da marca, por exemplo.

Os principais conjuntos de indicadores contidos nos modelos de balanços sociais contemplam dois enfoques. O primeiro seria o enfoque na contabilidade sócio-empresarial, no qual a empresa é vista como uma célula social interagindo com o meio no qual está inserida e assumindo responsabilidades com a comunidade e o meio ambiente. O outro enfoque seria o econômico, que tem como indicadores a demonstração do valor adicionado (DVA), capaz de fornecer informações sobre a riqueza gerada no país, por segmentos empresariais e sua distribuição (CARNEIRO, 2002). Os indicadores destacados também auxiliam os administradores na medida em que podem gerar informações para tomada de decisão, além de melhorar a rentabilidade empresarial por meio da manutenção da satisfação dos trabalhadores, fator capaz de afetar os resultados empresariais (TINOCO, 2001).

A elaboração do balanço social é obrigatória na França desde 1977, pelas empresas com mais de 300 funcionários. Diversos países da Europa seguiram os passos pioneiros da França e também começaram a pregar a importância da elaboração desse documento, entre eles Alemanha, Holanda, Suécia, Espanha e Inglaterra. Em Portugal, a publicação do balanço social é obrigatória para todas as empresas desde 1985 e na Bélgica, desde 1986.

No Brasil, foi em 1997, com a atuação do sociólogo Hebert de Souza, o “Betinho”, que a idéia de responsabilidade social das empresas e a proposta da divulgação do Balanço social alcançaram maior projeção. Naquele ano, Betinho, representando o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, em parceria com a Petrobrás e o Jornal Gazeta Mercantil, lançou uma campanha em 16 de junho para a divulgação anual do balanço social, sob a alegação de que este passaria a ser o “*primeiro passo para uma empresa tornar-se uma verdadeira empresa-cidadã*”. Foi nessa perspectiva que se viu aflorar e desenvolver, no Brasil, a concepção da importância da elaboração e publicação do balanço social.

Os modelos de balanço social mais difundidos no país são o modelo da Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI) da Universidade de São Paulo (USP), que contempla os segmentos laborais, ambientais e a riqueza gerada, destacando-se a demonstração do valor adicionado e o modelo do Instituto Brasileiro de Análises Econômicas e Sociais (Ibase) que contempla itens relativos ao público interno, ao público externo, meio ambiente e ao corpo funcional.

A propósito, há algumas leis e projetos de lei voltados para a questão da publicação do balanço social. Porém, todas representam apenas uma iniciativa dos gestores públicos em âmbito federal, estadual e municipal, não havendo, ainda, nenhuma legislação específica que obrigue ou regule a elaboração desse demonstrativo social. A falta de regulamentação de um modelo único de balanço social dificulta a análise comparativa e impede o acesso a informações socioeconômicas nos planos regional e nacional (CARNEIRO, 2002).

Enfim, os fatores que contribuíram para o amadurecimento do conceito de cidadania empresarial e da publicação de balanço social na cultura das organizações brasileiras são múltiplos e complexos. Dentre esses, destacam-se a pressão por parte das agências internacionais de fomento, as campanhas de várias instituições de preservação da natureza para que as empresas privadas e públicas reduzissem o impacto ambiental e a Constituição de 1988, que representou um grande avanço tanto em questões sociais quanto ambientais, bem

como o apoio cultural de grandes empresas multinacionais e nacionais (TORRES [s.d.] apud SILVA E FREIRE, 2001).

2.3 DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS E SOCIAIS

A informação contábil é necessária em qualquer processo decisório, seja para o controle ou para o planejamento por parte da administração. Pelas informações contidas nos demonstrativos contábeis e da aplicação de índices - como o índice de liquidez, administração de ativos ou de lucratividade - é possível levantar a situação financeira e patrimonial das entidades, avaliando o risco ou retorno do negócio.

A divulgação financeira deve fornecer informações que sejam úteis para investidores e credores atuais e em potencial, bem como para outros usuários que visem a tomada racional de decisões de investimento, crédito e outras semelhantes. As informações devem ser compreensíveis aos que possuem uma noção razoável dos negócios e das atividades econômicas e estejam dispostos a estudar as informações com diligência razoável.

A propósito, a qualidade das informações contábeis divulgadas pelas empresas tem sido amplamente discutida e a transparência na divulgação das demonstrações financeiras está sendo relacionada ao exercício da responsabilidade social das empresas, propondo-se, assim, a agregação às demonstrações tradicionalmente divulgadas o balanço social (Kassai, 2002).

No Brasil, as informações financeiras são evidenciadas como estabelece a Lei das Sociedades por Ações (Lei nº 6.404/76), especificamente no seu artigo 176, que trata dos demonstrativos de publicação obrigatória e os de publicação voluntária.

Os demonstrativos contábeis obrigatórios para sociedades anônimas (Lei nº 6.404/76) são: o balanço patrimonial, demonstrativo de resultado do exercício (DRE), demonstração das mutações do patrimônio líquido e de lucros ou prejuízos acumulados e a demonstração das origens e aplicações de recursos (DOAR).

A finalidade do balanço patrimonial é demonstrar a posição financeira e patrimonial da empresa em determinado momento.

O demonstrativo de resultado do exercício (DRE) apresenta as receitas, despesas, ganhos e perdas, demonstrando o lucro ou prejuízo líquido do exercício, bem como o lucro por ação, no caso de sociedade anônima. Esse demonstrativo não considera os benefícios obtidos pelos financiadores, trabalhadores e clientes, enfocando o lucro ou prejuízo apurado. Essa informação interessa apenas ao proprietário, sócio ou acionista e, por isso, é uma demonstração exclusivista (SANTOS, 2003).

Quanto à demonstração das mutações do patrimônio líquido e de lucros ou prejuízos acumulados, as sociedades por ações aceitam as duas demonstrações. Porém, a demonstração das mutações do patrimônio líquido é considerada mais completa e evidencia a mutação do patrimônio líquido de forma geral. E a demonstração de lucros ou prejuízos acumulados gera informações acerca do resultado do exercício, indicando a destinação do lucro ou a compensação de reservas no caso de prejuízos.

A demonstração das origens e aplicações de recursos (DOAR) evidencia as origens de recursos que geram a capacidade da empresa honrar com seus compromissos financeiros a curto prazo, bem como onde esses recursos são consumidos.

Já os demonstrativos contábeis voluntários - ainda não exigidos por lei - (Lei nº 6.404/76) abrangem a demonstração de fluxo de caixa (DFC), a demonstração do valor adicionado e o balanço social, tratado especificamente nesse trabalho.

A demonstração de fluxo de caixa (DFC) demonstra as movimentações de disponibilidades em um determinado período.

A demonstração do valor adicionado tem por objetivo informar o valor da riqueza criada pela empresa e sua respectiva distribuição.

A divulgação de informações de caráter financeiro no Brasil refere-se essencialmente, aos eventos operacionais da empresa, sem demonstrar sua inserção na vida social bem como a forma que se relacionam com seus *stakeholders*. As informações contábeis prescritas pela lei são substanciosas quantitativamente, mas essas informações não são suficientes. A legislação trata essencialmente do capital, pois todas as demonstrações contábeis exigidas possuem informações exclusivamente financeiras. Reconhece-se que essas informações são importantes mas são dirigidas, basicamente, para a administração da empresa, fornecedores, clientes e fisco. Para os trabalhadores, parte importante do processo produtivo, pouca informação é ministrada (TINOCO, 2001; 1984).

Segundo esse autor, a crítica a ser feita a esse tipo de postura passa pela geração de relatórios contábeis e sociais que permitam relacionar o desempenho econômico-financeiro ao desempenho operacional e social, bem como explicitem a riqueza gerada pela atividade empresarial e sua distribuição entre os agentes de produção (TINOCO, 1993).

Nos países desenvolvidos, o balanço social é visto como um instrumento de gestão, não havendo um balanço para os acionistas e outros para os trabalhadores. Nesses países, o lucro é considerado uma vocação normal da empresa, permitindo que a relação entre dirigentes e assalariados seja consensual e não conflituosa (TINOCO, 2001).

A propósito, a publicação do balanço social é ressaltada por Hendriksen & Breda (1999). Estes autores americanos esclarecem que, principalmente na Europa, os interesses dos funcionários e do governo são colocados no mesmo nível do interesse dos acionistas, demonstrando a importância que é dada aos diversos grupos de interesses nas informações contábeis. Também discorrem sobre a publicação desse demonstrativo na França, onde esse relatório é obrigatório e possui informações sobre empregos, custos associados a salários (pacotes de benefícios), proteção à saúde e à segurança, treinamento de funcionários, outras condições de vida relacionadas à empresa, incluindo alojamento e transporte proporcionados a empregados da empresa dentre outras informações “*Sem dúvida, isso vai além de qualquer exigência às empresas americanas*” (HENDRIKSEN & BREDA, 1999, p. 512).

Considera-se que o balanço social é uma demonstração contábil, sendo o contabilista responsável por esse demonstrativo, visto que a principal fonte dos dados é a escrituração contábil. Alguns dos dados que compõem o balanço social são de caráter patrimonial, administrativo, econômico, social, ecológico, dentre outros. Dessa forma, procura-se refletir os gastos e as influências recebidas e transmitidas pelas entidades à sociedade, abrangendo um campo de informações ainda pouco explorado pela contabilidade (Kroetz, 2000).

Porém, apesar do balanço social ter sua origem na contabilidade, esse relatório não deve ser visto apenas como um demonstrativo contábil, mas como uma forma das empresas demonstrarem o cumprimento da sua responsabilidade social, representando um diferencial para aquelas que o adotam (SUCUPIRA, 2001).

Em certos países, como Estados Unidos, Bélgica, França, Portugal e Canadá, por exemplo, a motivação para elaborar o balanço social está relacionada à necessidade de um planejamento estratégico de amplo alcance. Assim, para o desenvolvimento de planos, é necessário ter conhecimento das variáveis contábeis e das variáveis sócio-culturais (CAPPELLIN & GIULIANI, 1999).

3 METODOLOGIA

A pesquisa realizada pode ser classificada, quanto aos seus fins, como descritiva-conclusiva. Esse tipo de pesquisa permite descrever as características quantitativas e qualitativas das informações evidenciadas nos balanços sociais e demonstrativos de resultado do exercício (MALHOTRA, 2001).

A pesquisa também possui caráter documental, pois foram analisados os balanços sociais disponíveis no banco de dados do Instituto Brasileiro de Análises Econômicas e

Sociais (Ibase) e os demonstrativos de resultado do exercício, disponíveis na Comissão de Valores Mobiliários (CVM). O objeto de estudo da presente pesquisa foi a receita líquida e o resultado operacional - que expressam a *proxy* de competitividade - das empresas de capital aberto que publicaram balanços sociais no período de 2000 a 2004 - exceto os bancos e algumas empresas que não possuíam os dados disponíveis.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados serão apresentados em três etapas. Inicialmente é apresentado o total de balanços sociais e, conseqüentemente, os demonstrativos analisados para cada ano. Em seguida foi identificado o ramo de atuação das empresas pesquisadas. Finalmente, realizou-se a comparação da receita líquida publicada tanto no balanço social como no demonstrativo de resultado do exercício para cada ano analisado. O mesmo procedimento foi adotado para a análise do resultado operacional.

Assim, foram analisados 235 demonstrativos sociais e financeiros de 66 companhias de capital aberto no período estudado, conforme os dados da Tabela 1.

TABELA 1 Número de balanços sociais e demonstrativos de resultado do exercício pesquisados por ano

Ano	Número de balanços sociais e demonstrativos de resultado do exercício
2004	46
2003	48
2002	50
2001	48
2000	43
Total	235

Fonte: Dados da pesquisa (2006).

Os dados do Quadro 1 demonstram o número de empresas estudadas por ramo de atuação. Percebe-se que os setores que mais se destacaram foram Energia Elétrica, Saneamento, Água e Gás e Indústria Metalúrgica, respectivamente. Desse modo, verifica-se a influência da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) ao apoiar a publicação desse demonstrativo social no modelo do Ibase, como afirmou Torres [s.d.] (apud Silva e Freire, 2001).

QUADRO 1: Ramo de atuação das empresas pesquisadas

Ramo de atuação	Quantidade	Ramo de atuação	Quantidade
Ind Metalurgia e Siderurgia	1	Ind. Petroquímica	2
Água, Saneamento e Gás	6	Ind. Textil	1
Bebidas e Fumo	1	Ind. Veículos	1
Construção	2	Madeira/Móveis	1
Couro e Calçados	1	Maq., Equip., Veíc. e Peças	3
Distrib. de Combust. e Lubrific.	1	Papel e Celulose	2
Energia Elétrica	27	Petróleo e Gás	1
Ind. Mecânica	1	Petroquímica e Borracha	2

Ind.Metalurgica	6	Telecomunicações	3
Ind. Mineração	1	Têxtil e Vestuário	1
Ind. Minerais Não-Metálicos	1	Transporte e logística	1

Fonte: Dados da pesquisa (2006).

Já os dados referentes à compatibilidade dos valores da receita líquida e do resultado operacional declarados nos balanços sociais e nos demonstrativos de resultado do exercício de cada ano analisado são apresentados na Tabela 2.

TABELA 2: Demonstrativos compatíveis e não-compatíveis no período de 2000 a 2004

Empresa/Ano	2004	2003	2002	2001	2000	Total
Demonstrativos compatíveis	10	9	16	7	8	50
Demonstrativos não-compatíveis	36	39	34	41	35	185
Total	46	48	50	48	43	235

Fonte: Dados da pesquisa (2006).

De acordo com os dados acima, verifica-se que em todos os anos o número de demonstrativos não-compatíveis é consideravelmente maior que os demonstrativos compatíveis.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados deste trabalho nos levam a refletir a respeito da veracidade das informações publicadas nos balanços sociais das empresas brasileiras. Se por um lado a publicação de informações sociais representa uma ferramenta estratégica das empresas frente a seus *stakeholders*, por outro lado, a divulgação desses dados pode acarretar em maiores tributações para as empresas, tal como o Imposto de Renda. Então, seria essa uma justificativa para a incoerência na publicação dos dados?

Visto que há legislações nos estados e municípios brasileiros incentivando a publicação do balanço social e premiando as empresas que apresentarem qualidade nos seus demonstrativos sociais, destaca-se a importância da padronização da divulgação e do desenvolvimento de métodos que permitam verificar a transparência das informações divulgadas. Nesse sentido, talvez a obrigatoriedade da publicação do balanço social auxilie na divulgação de informações mais consistentes e dê suporte as decisões estratégicas bem como para a formulação políticas públicas.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHLEY, P. A. - Coordenação. **Ética e Responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BALANÇO SOCIAL. Disponível em: <<http://www.balancosocial.rog.br>>. Acesso em: 15/02/05.

BORGER, F. G. **Responsabilidade Social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. 2001. 254 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia e Administração, São Paulo.

CAPPELLIN, P.; GIULIANI, M. Compromisso social no mundo dos negócios. **Boletim do Ibase/"Orçamento e Democracia"**, v. 6, n. 11, p. 10-11, fev. 1999. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em: 22 fev. 2005

CARNEIRO, C. M. B. **O Balanço Social de Empresas Incentivadas sob Enfoque da Redução de Desigualdade Social: Uma Investigação no Estado do Ceará. 2002.** Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS. Comissão das Comunidades Europeias – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas (apresentado pela comissão). Bruxelas, 18/07/2001. Disponível em: http://europa.eu.int/eur-lex/pt/com/gpr/2001/com2001_0366pt01.pdf . Acesso em: 29/06/05.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br>>. Acesso em 15/02/05.

DUARTE, Gleuso Damasceno e DIAS, José Maria. **Responsabilidade Social: A Empresa Hoje.** Rio de Janeiro, Ed. Livros Técnicos e Científicos, 1986.

FERREL, O. C.; FRAEDRICH J.; FERREL, L. **Ética Empresarial:** dilemas, tomadas de decisão e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Ed., 2001.

HENDRIKSEN, E. S.; BREDÁ, M. F. Van. **Teoria da contabilidade.** Trad. de Antônio Zoratto Sanvicente. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 550 p.

KASSAI, S. **Utilização da análise por envoltória da dados (DEA) na análise de demonstrações contábeis.** 2002. 350 p. Tese (Doutorado em Contabilidade e Controladoria) – Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, São Paulo.

KROETZ, C. E. S. **Balanço social:** teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000. 162 p.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de Marketing: uma Orientação Aplicada. Trad. Nivaldo

SANTOS, A. dos. **Demonstração do valor adicionado:** como elaborar e analisar a DVA. São Paulo: Atlas, 2003. 266 p.

SROUR, Robert Henry. **Ética Empresarial:** posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SUCUPIRA, J. Ética nas empresas e balanço social. In: SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. de S. (Org.). **Balanço social:** teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001. cap. 5, p 117-133.

TINOCO, J. E. P. Balanço social e a contabilidade no Brasil. **Caderno de Estudos - FIPECAFI,** São Paulo, n. 9, out. 1993.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações.** São Paulo: Atlas, 2001.

TORRES, C. Responsabilidade social e transparência. **Orçamento e Democracia**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 10, 1998. Disponível em:
<<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em 22 fev. 2005.