

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E BALANÇO SOCIAL - ESTUDO DE CASO  
EMPRESA M&M ASSESSORIA CONTÁBIL**

**PATRÍCIA MEURER**

Acadêmica do Curso de Ciências Contábeis/ FATENP-UNIGRANRIO

**PAOLA BEATRIZ MAY REBOLLAR**

Prof. Dr./Faculdade Cesusc

**SILVIO DOMINGOS MENDES DA SILVA**

Prof. Dr. LABCIS/UFSC

**RESUMO**

O campo empresarial está sempre em atualização, um dos assuntos mais discutidos é a responsabilidade social. Este artigo tem como objetivo analisar a prática da responsabilidade social e o balanço social em empresas, através das experiências de uma empresa de pequeno porte do ramo de contabilidade, localizado no município de Florianópolis, Santa Catarina. Este escritório foi selecionado por ser o único do estado que recebeu Troféu Responsabilidade Social da Assembleia Legislativa de Santa Catarina. Quanto aos procedimentos metodológicos o estudo caracteriza-se como qualitativo e como instrumento de pesquisa foi utilizado a entrevista semiestruturada. É possível destacar que as empresas quando exercem a responsabilidade social, estão desenvolvendo ações além de suas obrigações legais, se preocupando com seus funcionários, sociedade que está inserida e a natureza. O balanço social além de ser uma ferramenta de gestão também é considerado como ferramenta de marketing, é neste ponto que as empresas devem ter cautela, pois se alguma informação for errônea, pode refletir na imagem da empresa. Com intuito de auxiliar as empresas existem alguns modelos de balanço social, tais como Ibase, GRI e Instituto Ethos, sendo que o mesmo para ser válido, é necessário ter algum selo ou certificação de reconhecimento de responsabilidade social, apresentando mais confiabilidade nas informações. Conclui-se que o balanço social é uma ferramenta que ainda está em desenvolvimento, o seu uso é importante porque permite à empresa mostrar para a sociedade sua visão e suas ações em prol do bem comum.

Palavras-chave: Contabilidade Social; Ações Sociais; Ações Ambientais.

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, os administradores têm reconhecido que as organizações não devem só produzir bens e serviços, mas também tem um papel a cumprir na sociedade, com os seus funcionários, comunidade e com meio ambiente, ou seja, responsabilidade social e ambiental. Muito se tem discutido sobre este tema, pois além de melhorar a qualidade de vida na parte interna da empresa, influencia também no ambiente externo. Além de servir como ferramenta de gestão, pode ser considerado como um diferencial competitivo, resultando no desenvolvimento econômico social e ambiental.

Segundo Oliveira (2013, p. 51), "A responsabilidade social das empresas envolve determinadas atitudes, ações e relações com um grupo maior de partes interessadas (*stakeholders*) como consumidores, fornecedores, sindicatos e governo."

Para Ponchirolli (2010), a responsabilidade social é um assunto que vem sendo muito debatido no meio empresarial, tornando uma estratégia competitiva, pois as empresas estão em um ambiente cada vez mais complexo e turbulento, onde a qualidade do produto e o preço não são mais diferenciais e sim exigências. E ainda é um conceito em construção.

O balanço social é a ferramenta utilizada para demonstrar os resultados da empresa no âmbito operacional com as informações sociais, com o intuito de refletir transparência e confiabilidade aos *stakeholders* (PONCHIROLLI, 2010). Conforme Reis e Medeiros (2009), o balanço social é um instrumento gerencial de identificação de problemas e oportunidades e de apoio à administração, representando a evidência dos investimentos e das influências das organizações na parte social, humana e ambiental.

Os escritórios de contabilidade da região de Florianópolis, São José e Palhoça, praticam a responsabilidade social no âmbito interno, com algumas pequenas atitudes, tanto com investimento nos colaboradores na área da saúde, segurança e capacitação profissional, quanto com a preocupação com o desperdício de papel. Mas, os escritórios de contabilidade, não elaboram o balanço social. Os motivos podem ser investimento, falta de tempo, ou não tomaram consciência que esta prática pode trazer muitos benefícios, no ambiente interno e externo, pois além de ser uma ferramenta na gestão também traz reconhecimento no mercado.

Por que as empresas de pequeno porte não elaboram o balanço social? Diante deste questionamento, foi desenvolvido um estudo de caso com o objetivo de compreender por que algumas empresas desenvolvem ações de responsabilidade social enquanto outras não. Para tanto, foram definidos dois objetivos específicos: a) identificar a visão da empresa no que se refere a responsabilidade social; b) apontar as ações desenvolvidas pela empresa no que se refere responsabilidade social.

## 2 CONCEITO RESPONSABILIDADE SOCIAL

Segundo Ponchirolli (2010) o conceito de responsabilidade social baseia-se que as organizações atualmente devem fazer mais do que a lei determina. Elas perceberam que podem se diferenciar e serem mais valorizadas se cumprirem com seu papel social.

Os principais vetores da responsabilidade social são os seguintes: apoio ao desenvolvimento sustentável da comunidade e região local; preservação do meio ambiente; investimento no bem-estar dos funcionários; comunicações transparentes; retorno aos acionistas;

sinergia com os parceiros e satisfação dos clientes e/ou consumidores.  
(PONCHIROLLI, 2010, p. 55)

A Responsabilidade Social deve, dentre outros pontos, se comprometer a apoiar a comunidade e região ao desenvolvimento sustentável, preocupar-se com o meio ambiente, investir no bem-estar de seus colaboradores internos, e etc.

O Instituto Ethos tem como missão "mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa" (INSTITUTO ETHOS, 2015, p. 1).

Segundo o instituto de forma gradativa o conceito de responsabilidade social vem se ampliando, o compromisso vem atingindo as relações da empresa de ambientes internos e externos (PONCHIROLLI, 2010).

Para Machado Filho (2006, p. 24) a Responsabilidade Social pode-se dizer que "a expressão se refere, de forma ampla, a decisões de negócios tomadas com base em valores éticos que incorporam as dimensões legais, o respeito pelas pessoas, comunidades e meio ambiente".

Ou seja, em ambos os casos os conceitos explanados pelos respectivos autores introduzem no âmbito empresarial outros fatores determinantes que devem ser incorporados ao ambiente empresarial, de maneira gradativa, quais sejam: na atmosfera interna, a preocupação com o ambiente de trabalho e com os colaboradores; e na externa, atenção especial aos *stakeholders*, além do constante alerta com as questões sociais e ambientais.

### **3 RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS**

De acordo com Reis e Medeiros (2009) A Responsabilidade Social das Empresas iniciou na década de 1960, nos EUA para conscientização das empresas em relação a preservação do meio ambiente e dos direitos dos consumidores, com isso amenizar os problemas da sociedade. No século XX, por causa da economia mundial, a Responsabilidade Social das Empresas envolveu mais ações.

Ponchirolli (2010) afirma que, além da obrigação social envolve a atitude de estratégia, ética e cidadania da empresa, além de mostrar o seu compromisso o seu ambiente interno e externo. Ainda de acordo com a visão do autor, "A natureza da relação entre a empresa e seus interlocutores vai depender muito das políticas, valores, cultura e, sobretudo, da visão estratégica que prevalece no centro da organização e no atendimento a essas expectativas" (PONCHIROLLI, 2010, p. 49).

Uma empresa ao adotar a Responsabilidade Social, influenciará muito na parte interna da mesma, a política, valores, cultura e visão para poder atender e praticar esse novo papel.

[...] a temática "responsabilidade social" passa a ser amplamente debatida e propaganda no meio empresarial, tornando-se uma estratégia competitiva entre as empresas que atuam em um ambiente cada vez mais complexo e turbulento, onde a qualidade dos produtos e preços mais atraentes não se configuram mais como diferenciais, mas sim, como exigências." (PONCHIROLLI, 2010, p. 52)

A Responsabilidade Social no meio empresarial pode ser usada como forma de propaganda e estratégica, sendo um diferencial entre concorrentes. No mercado a qualidade e

preços dos produtos estão deixando de ser atraentes e diferenciais. Assim, “As empresas percebem que a sociedade exige e precisa de ações sociais que venham ao encontro de suas necessidades, e elas não podem ficar alheias a esse processo” (PONCHIROLI, 2010, p. 52).

A Responsabilidade Social atinge vários fatores, dentre eles “Os consumidores entendem que as empresas podem e devem contribuir em questões de âmbito social” (REIS; MEDEIROS, 2009, p. 18), mas, talvez por falta de maior esclarecimento ou por não dar importância ao tema, os próprios consumidores não exigem esta contribuição da empresa.

Outro fator para Reis e Medeiros (2009, p. 19) é "Em relação aos funcionários, fatores como remuneração adequada, segurança no emprego, possibilidades de aprimoramento e ascensão profissional motivam e retêm talentos". De acordo com os autores:

Há ainda outras partes interessadas no desempenho da organização, como o governo e suas leis, regulamentos e alvarás de licença para operar, as Organizações Não-Governamentais (ONGs), que também se empenham em mudar a atuação das empresas através do monitoramento constante do impacto de suas ações e responsabilidades em sua conduta, principalmente em questões relativas ao meio ambiente. (REIS; MEDEIROS, 2009, p. 19)

Da mesma forma que o tema desperta interesse em alguns empresários, o governo e as ONGs (Organizações Não-governamentais) também têm interesse no âmbito social das empresas, verificam os impactos das ações e responsabilidade social, sobretudo as questões ligadas ao meio ambiente.

A comunidade em que a empresa está instalada deve ser envolvida nas ações sociais desenvolvidas pela empresa. Muitas empresas não sentem esta necessidade, mas a maioria delas agravam alguns problemas como os ambientais, por não dar destino correto aos seus resíduos produzidos. Amparar a comunidade não deve ser visto somente como marketing, e sim solucionar os problemas, e as ações e investimentos devem ser registrados e transparentes (REIS; MEDEIROS, 2009).

A cada empresa cabe a tarefa de identificar quem são esses diversos públicos principais e secundários com os quais ela se relaciona, quais os interesses e relacionamentos destes, de modo a envolvê-los em discussões que lhes digam respeito. (REIS; MEDEIROS, 2009, p. 19)

Portanto, é papel da empresa identificar os públicos que estão relacionados e interessados para desenvolver a sua responsabilidade social. Cada ramo de atividade tem ambitos sociais distintos, a responsabilidade social de uma empresa prestadora de serviços será diferente de uma empresa de comércio por exemplo.

As empresas que desenvolvem um comportamento socialmente questionável, intencionalmente ou não, correm o risco de atrair a atenção da mídia, que, por sua vez, pode causar danos irreversíveis à sua imagem, comprometendo a sua própria sobrevivência, como em alguns eventos ligados a espoliação ambiental, exposição a riscos da comunidade circunvizinha, práticas lesivas aos funcionários, para citar

alguns exemplos. Já as práticas sociais positivas podem obter o efeito contrário, chamando a atenção da opinião pública, dos clientes, consumidores e governo de maneira positiva. (MACHADO FILHO, 2006, p. 16)

As empresas devem ter cautela em seu comportamento e atividades sociais, pois se ocorrer algo irregular ou errôneo, se cair na mídia, pode destruir a sua imagem. Mas, se a empresa realizar suas atividades e agir de forma adequada socialmente, provavelmente terá retornos positivos.

#### **4 BALANÇO SOCIAL**

Balanço Social de fato, trata-se de um balanço contábil, com caráter social, um documento, no qual demonstra todas as atividades sociais e não obrigatórias que a empresa realizou em um determinado período. Este conceito pode ser entendido a partir de Reis; Medeiros (2009), no qual afirmam que:

O balanço social é um instrumento que reúne um conjunto de informações sobre as atividades de caráter social e não obrigatórias que uma empresa realiza com o objetivo de gerar maior bem-estar junto a todas as partes interessadas - funcionários, comunidade, parceiros e outras - e à sociedade como um todo. As informações e os indicadores são mensurados e apresentados em forma de um relatório. Tal como um balanço contábil, torna-se um documento que permite um aperfeiçoamento contínuo das ações realizadas. (REIS; MEDEIROS, 2009, p. 23)

O Balanço Social, portanto, é um demonstrativo que apresenta as informações da atuação social da empresa: benefícios aos empregados, entidades de classe, impostos e cidadania. Esse demonstrativo permite analisar o desempenho e crescimento da empresa, além dos benefícios a sociedade. Assim, conforme os autores acima citados, o Balanço Social é uma ferramenta gerencial, que identifica os problemas e oportunidades, para que ocorra investimento social humano e ambiental

Ainda em conformidade com Reis e Medeiros (2009, p. 56) "No Brasil, debates sobre o Balanço Social iniciaram-se efetivamente a partir de 1997, com um artigo publicado no jornal Folha de S. Paulo pelo sociólogo brasileiro Herbert de Souza e através de campanhas pela sua elaboração e publicação".

Como se pode perceber, existe um certo hiato de tempo entre a gênese do Balanço Social iniciado nos Estados Unidos, porém já é perceptível o avanço na quantidade de empresas e entidades sem fins lucrativos que buscam executar a política do Balanço Social.

Ponchirolli (2010) igualmente percebe o balanço social se caracterizando pela demonstração das práticas de responsabilidade social, este demonstrativo é publicado anualmente, é por essa ferramenta que a empresa torna pública as informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais, ligadas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas, comunidade, e meio ambiente.

Em matéria de denominação, de acordo com Oliveira (2013, p. 136), o Balanço social também poder chamado de: "relatório de sustentabilidade empresarial, balanço social corporativo, relatório social e relatório social-ambiental são alguns dos nomes utilizados".

Diferente dos relatórios anuais das empresas, o conceito básico do balanço social é demonstrar informações para outros *stakeholders* além dos acionistas, como sindicatos, empregados, comunidade, mídia e organizações não governamentais com interesses na empresa. O balanço social deve conter informações qualitativas e quantitativas de como a empresa está desempenhando seu papel social e ambiental na sociedade e com os *stakeholders* (OLIVEIRA, 2013).

De maneira geral o balanço social pode ser entendido como um mecanismo utilizado pelas empresas para tornarem públicas as suas intenções e compromissos, visando à transparência de suas ações no exercício da responsabilidade social, trazendo informações qualitativas e quantitativas.

#### 4.1 ETAPAS DA IMPLEMENTAÇÃO

Na visão de Ponchirolli (2010) para implementar a responsabilidade social nas empresas, deve-se passar por três fases. A primeira fase é a existência da vontade e atitude da diretoria da empresa em querer implantar a responsabilidade social. A diretoria precisa discutir e compartilhar essa vontade com os membros do primeiro escalão da empresa, para definir o compromisso social. Depois de definido deve-se comunicar o compromisso social para todos os empregados, acionistas, clientes, fornecedores e parceiros, podendo ser através de vídeos, no site da empresa, cartazes, palestras e etc. O próximo passo é sensibilizar e empolgar os empregados, através de palestras, por exemplo, para aderir à ideia, mostrando os benefícios.

São coletadas sugestões de todos os empregados com relação às ações sociais para serem inicialmente implementadas pela empresa, realizando pesquisas internas e ser encaminhadas à diretoria. A diretoria, por sua vez, deve fazer um grupo para aderir as ideias e analisar os resultados da pesquisa, bem como repassar para a todos os departamentos da empresa. A pesquisa deve se aplicada também à diretoria, acionistas, gerentes e supervisores. Os resultados devem ser confrontados e apresentados para todos, através de gráficos e tabelas para serem aprovados (PONCHIROLLI, 2010).

Após serem aprovadas, as ações a diretoria firma o termo de compromisso de implantação das ações sociais internas, precisando ser divulgado para todos da empresa. Após iniciada a implantação e o surgimento dos primeiros resultados, é o momento da empresa pensar nas ações sociais externas (PONCHIROLLI, 2010).

A segunda fase da implementação é a fase de atuação social externa da empresa. É aplicada a pesquisa para colher opinião dos empregados, clientes, fornecedores, comunidades vizinhas e parceiros da empresa. Após coletado e analisado os dados das pesquisas é realizado um relatório de potencialidade e oportunidades de ações sociais externas pelo grupo de trabalho com a aprovação da diretoria e são elaborados projetos e ações. A diretoria firma o termo de compromisso de implementação das ações sociais externas (PONCHIROLLI, 2010).

A terceira fase e última fase da implementação é a institucionalização da responsabilidade social corporativa: Elaboração do Código de Ética da empresa; Elaboração de um livreto com todas as normas e ações de responsabilidade social; Publicação do balanço social; Adoção de um programa de voluntariado junto a seus empregados; Criação de institutos e fundações; e Certificação social (PONCHIROLLI, 2010).

Reis e Medeiros (2009) apontam que para a implementação do Balanço Social a empresa passa por quatro fases: política, operacional, gestão e avaliação. A primeira fase é a política, ou seja, é quando os diretores da empresa reconhecem a necessidade do Balanço Social, que serve como ferramenta gerencial, relações públicas e a prática da responsabilidade social. Não basta somente os diretores abraçarem essa ideia, deve ser conscientizado todo o quadro funcional.

A fase operacional, abrange implementação de parte obrigatória para a demonstração do Balanço Social, organizar a estrutura da empresa para poder gerar as informações para essa demonstração, conforme destacam os autores:

A seguir, ressalta-se a *fase de gestão*, mediante a integração dos novos objetivos sociais no negócio, durante a qual o Balanço Social passa de simples instrumento de informação para instrumento de apoio a gestão. Nessa fase, adicionando-se os objetivos sociais e ecológicos aos objetivos econômicos que afetam o processo da tomada de decisão nos diversos níveis da organização, transforma-se em subsídio para o planejamento estratégico. (REIS; MEDEIROS, 2009, p. 77)

Na fase de gestão, é definida quais serão os objetivos sociais e ecológicos em relação aos objetivos econômicos, além de se determinar o planejamento estratégico. De forma geral, trata-se do momento em que se definem quais comportamentos e ações serão realizados para o Balanço Social.

A última fase é a de avaliação. Nesta etapa são avaliados o que foi utilizado e a preparação das informações sobre a responsabilidade social e ecológica. Devem ser reavaliados todos os procedimentos e resultados da análise do Balanço Social. (REIS; MEDEIROS, 2009).

## 5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para desenvolver esta pesquisa foi utilizada uma metodologia qualitativa baseada em um estudo de caso. O estudo de caso se refere ao levantamento de informações com mais profundidade de um determinado caso ou grupo humano sob todos os aspectos. É limitado, pois estuda somente um único caso, não podendo ser generalizado. O estudo de caso não tem um esquema estrutural aprioristicamente, não se organiza um esquema de problemas, hipóteses e variáveis com antecipação. Através deste, é possível reunir o maior número de informações detalhadas, onde os indivíduos ou grupos descrevem detalhadamente com sua própria terminologia, essa investigação procura entender o significado do sistema próprio dos entrevistados (LAKATOS; MARCONI, 2010).

O caso selecionado para esta pesquisa foi a empresa M&M Assessoria Contábil que é um escritório de contabilidade localizado em Florianópolis, no bairro Saco dos Limões. A empresa ganhou nos anos de 2011 à 2014, o Certificado de Responsabilidade Social de Santa Catarina, e nos anos de 2011 e 2014 recebeu o Troféu Responsabilidade Social, ambos realizados pela Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (ALESC).

Uma metodologia qualitativa utiliza como observação, entrevista e história de vida. Nesta pesquisa foi utilizado como instrumento para coleta dos dados a entrevista, que, segundo Lakatos e Marconi (2010), trata-se de uma conversa oral entre duas pessoas, no qual o entrevistador e o entrevistado dialogam, com o objetivo de obter informações importantes e

compreender as perspectivas e experiências das pessoas entrevistadas. Essa conversação pode proporcionar resultados satisfatórios e informações necessárias.

As entrevistas qualitativas são muito pouco estruturadas. O principal interesse do pesquisador é conhecer o significado que o entrevistado dá aos fenômenos e eventos de sua vida cotidiana, utilizando seus próprios termos. A entrevista permite o tratamento de assunto de caráter pessoal. Todavia, seria aconselhável o uso de um roteiro simples, que guie o entrevistador pelos principais tópicos, caso ele seja iniciante. (LAKATOS; MARCONI, 2010, p. 278)

As entrevistas, geralmente, não são muito estruturadas, pois o interesse é conhecer e adquirir informações para o estudo de caso. A entrevista deixa livre para a o entrevistador e o entrevistado utilizar suas terminologias, é bom ter pelo menos um roteiro simples para guiar a entrevista, podendo surgir outras questões ou não.

Um dos objetivos da entrevista é obter um testemunho de maior qualidade, o entrevistador deve passar antes da entrevista qual é o interesse, utilidade, objetivo, as condições da mesma e o compromisso do anonimato. Com isso pode-se compreender as perspectivas e experiências dos entrevistados (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Conforme Lakatos e Marconi (2010, p. 279) há diversos tipos de entrevistas, que variam de acordo com o propósito do investigador:

**a) padronizada ou estruturada** - quando o pesquisador segue um roteiro previamente estabelecido. As perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas;

**b) despadronizada ou semi-estruturada** - também chamada de assistemática, antropológica e livre - quando o entrevistador tem liberdade de para desenvolver casa situação em qualquer direção que considere adequada. É uma forma de poder explorar mais amplamente a questão.

Há dois tipos: estruturada (padronizada) ou semiestruturada (despadronizada). A estruturada é quando a entrevista é realizada com um roteiro prévio, onde as perguntas não elaboradas antes. A semiestruturada, onde o entrevistador tem mais liberdade para o rumo da entrevista, conseguindo explorar mais seus questionamentos.

Entrevista semiestruturada foi realizada com a Diretora Marlise Alves Silva Teixeira, esse contato foi realizado pelo Doutor Silvio Domingos Mendes da Silva. Durante o mês de setembro foram trocados e-mails com a Diretora, onde foram passados alguns materiais sobre o Balanço Social da empresa e a realização da entrevista. No dia 7 de outubro de 2015 foi realizada uma visita na empresa M&M Assessoria Contábil, cujos objetivos eram conversar sobre a temática em questão, além de conhecer, o trabalho realizado pela empresa.

## **6 ESTUDO DE CASO: M&M ASSESSORIA CONTÁBIL**

A M&M Assessoria Contábil começou em março de 1997 e presta seus serviços na grande Florianópolis. A M&M Assessoria Contábil foi à primeira empresa de serviços contábeis de Santa Catarina a receber o Troféu Responsabilidade Social da ALESC, em 2011

e 2014. A elaboração do Balanço Social é realizada pela própria empresa, e também fornece esse serviço para alguns de seus clientes. Segundo a Contadora e Diretora Marlise "A opção por Responsabilidade Social veio em 2010, com o apoio às entidades próximas e principalmente com o investimento nos clientes internos, nossos tesouros!".

## 6.1 VISÃO DA EMPRESA SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL

Nas entrevistas realizadas foram abordados dois questionamentos centrais:

1. O que seria responsabilidade social para a empresa M&M?
2. Qual a visão da empresa sobre este assunto?

Por se tratar de um estabelecimento de pequeno porte, o que a empresa acredita ser o foco da sua responsabilidade social é o cliente interno, ou seja, seus colaboradores, principalmente por ser uma microempresa e conter poucos funcionários. Neste sentido, os prêmios ganhos pela empresa, foram justamente porque ela conseguiu implantar um modelo de gestão compartilhada, buscando os conceitos básicos da Responsabilidade Socioambiental, a partir de um ambiente interno de sua empresa. Assim, foi inserido plano de saúde e alimentação, que não são obrigatórias por lei, e há a preocupação como clima organizacional com pesquisas periódicas desde que foi adotada a responsabilidade social em 2010. Responsabilidade social é simples, são pequenas atitudes que vão além da responsabilidade legal da empresa.

A responsabilidade social na dimensão interna está ligada aos trabalhadores, com investimento nos recursos humanos, saúde e segurança do trabalho, sendo que isso reflete na produção (DIAS, 2009).

A diretora Marlise explicou que, devido ao fato da empresa oferecer prestação de serviços, o foco das ações não é responsabilidade ambiental. Apesar disso, desenvolvem ações internas para destinação correta de resíduos sólidos.

O conceito de prestação de serviços, conforme estabelece o n.º 1 do artigo 4º do Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado "são consideradas como prestações de serviços as operações efectuadas a título oneroso que não constituem transmissões, aquisições intracomunitárias ou importações de bens" (BRASIL, 1984).

O conceito de resíduos sólidos, segundo o n.º XVI do artigo 3º da Política Nacional de Resíduos Sólidos:

XVI - resíduos sólidos: material, substância, objeto ou bem descartado resultante de atividades humanas em sociedade, a cuja destinação final se procede, se propõe proceder ou se está obrigado a proceder, nos estados sólido ou semissólido, bem como gases contidos em recipientes e líquidos cujas particularidades tornem inviável o seu lançamento na rede pública de esgotos ou em corpos d'água, ou exijam para isso soluções técnica ou economicamente inviáveis em face da melhor tecnologia disponível; (BRASIL, 2010, p. 2)

Como a empresa é uma prestadora de serviços, não gera resíduos sólidos, que são materiais sólidos ou semissólidos, líquidos ou gasosos, gerados pela atividade humana em sociedade, que o descarte seja inviável ao lixo normal e precisa de soluções técnica.

Ainda a Lei nº 12.305/10 aborda sobre a destinação final ambientalmente adequada conforme nº VII do artigo 3º da Política Nacional de Resíduos Sólidos:

VII - destinação final ambientalmente adequada: destinação de resíduos que inclui a reutilização, a reciclagem, a compostagem, a recuperação e o aproveitamento energético ou outras destinações admitidas pelos órgãos competentes do Sisnama, do SNVS e do Suasa, entre elas a disposição final, observando normas operacionais específicas de modo a evitar danos ou riscos à saúde pública e à segurança e a minimizar os impactos ambientais adversos; (BRASIL, 2010, p. 2)

As empresas devem ter a consciência ambiental, pois as empresas que geram resíduos e não fazem a destinação correta, estão causando riscos à saúde pública e aumentando os impactos ambientais. A responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos abrange os fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, os consumidores e os titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos (BRASIL, 2010).

Neste sentido, a empresa M&M tem algumas ações internas ligadas ao meio ambiente, como a reciclagem de folhas, é utilizado somente cartucho reciclável e foi adotado o malote para transporte de documentação entre os clientes.

## 6.2 BALANÇO SOCIAL

Segundo Reis e Medeiros (2009), o Balanço Social é um demonstrativo técnico-gerencial, é um conjunto de informações sobre a atuação social da empresa em relação aos programas sociais para empregados, entidades de classe, governo e cidadania, permitindo análise de desempenho social com relação aos benefícios que refletem na sociedade e desenvolvimento econômico tornando verídicas as informações.

O Balanço Social, assim como as outras demonstrações contábeis, as informações variam muito de empresa para empresa, no qual "As informações contidas nos balanço sociais variam devido a vários fatores, como setor industrial, porte, tipo gerencial, contexto regional e temporal em que a empresa está inserida" (OLIVEIRA, 2010, p. 136).

A partir das entrevistas foi possível verificar que as informações para a elaboração do Balanço Social foram de fácil acesso, mas a elaboração do mesmo foi bastante complexo e demorado. Nos primeiros anos a elaboração do Balanço Social foi realizada pela diretora da empresa (sozinha), com os cruzamentos dos dados do Balanço Patrimonial, Declarações de Resultado e com as informações sociais. Nos últimos anos, a metodologia de trabalho mudou devido ao maior envolvimento dos demais diretores, facilitando, dessa forma, o trabalho já que as informações contábeis são de responsabilidade de outros profissionais dentro da empresa e a diretora Marlise é responsável somente pelos registros das ações.

## 6.3 BALANÇO SOCIAL PARA CLIENTES

A empresa M&M também presta o serviço de desenvolver o Balanço Social para alguns de seus clientes, desde que os mesmos tenham todos os registros sociais. Segundo a diretora Marlise, a empresa "sempre tenta desenvolver um olhar mais social e mais

responsável, principalmente com as entidades sem fins lucrativos. Muitos optam por divulgar o Balanço Social".

Durante o processo de entrevistas, pode-se perceber que todas as empresas clientes que realizam o Balanço Social são entidades sem fins lucrativos. Entretanto, existem clientes que praticam a responsabilidade social, mas não fazem o Balanço Social. A diretora Marlise citou um exemplo de um cliente do ramo gráfico que faz o tratamento dos resíduos, no caso o papel, mas não fazem essa demonstração, por causa do investimento que deve ser feito. De acordo com a diretora, isso não é realizado pela empresa, "Pois tecnicamente um empresário não consegue fazer o balanço social, é uma área muito específica da contabilidade, onde se deve resgatar as informações sociais e transformar isso em número" segundo a diretora. O foco da empresa M&M, são clientes com micro empresas e o Balanço Social, para eles, não é prioridade.

Como ainda não é obrigatória a realização no Brasil do Balanço Social, as empresas não o fazem. Porém, a falta do balanço social não significa que a empresa não desenvolva ações de responsabilidade social. A publicação do Balanço Social mostra que a empresa está fazendo um esforço de, pelo menos, sistematizar e divulgar informações socioambientais (OLIVEIRA, 2013).

#### 6.4 AÇÕES DESENVOLVIDAS PELA EMPRESA

No Quadro 1, a seguir, foram abordados todas as ações e práticas que a empresa M&M Assessoria Contábil realiza para seus colaboradores. Estas ações estão enquadradas como indicadores não mensuráveis, no balanço social. É investido, na parte da saúde, o plano de saúde e alimentação, além da ginástica laboral realizada três vezes na semana para fazer alguns exercícios de alongamento e correção de postura. Além da preocupação com a saúde, a empresa também investe em pesquisas periódicas para avaliar com está o ambiente de trabalho, são oferecidos cursos e treinamento de capacitação profissional, e para descontrair são realizadas confraternizações em comemoração de aniversário e formatura, também são realizadas festas em alguns feriados e no final do ano.

**Quadro 1** - Indicadores não mensuráveis - Ações ligadas aos colaboradores (M&M)

<b>Praticas e Ações</b>	<b>Descrição</b>
Plano de saúde e alimentação	Foi inserido plano de saúde e alimentação, que não são obrigatórias por lei.
Cursos oferecidos e treinamentos	Cursos oferecidos tais como Sescon e CRC.
Confraternização	Comemoração de aniversário, formatura e feriados.
Pesquisas periódicas	As pesquisas periódicas avaliam o clima organizacional.
Ginástica laboral	Momento saúde.

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

Outras empresas também desenvolvem ações voltadas aos colaboradores. O Quadro 2, a seguir, demonstra as práticas e ações realizadas pelas empresas: BRF, Buettner, Casan,

Karsten e Weg, cujos os colaboradores, usufruem, de maneira geral, de treinamentos e cursos de capacitação para desenvolvimento profissional, recebem participação dos lucros da companhia, auxílio à educação, cestas básicas, desconto em compras na loja e etc. A BRF realiza programas e treinamentos para envolver os funcionários de forma coletiva. A Buettner são motivados por uma gestão comprometida com a sustentabilidade do negócio e boa liderança, foi ofertado 42.702 horas de cursos de capacitação profissional. A Casan faz a distribuição equivalente a 5% dos lucros anuais para seus colaboradores, fez o investimento de R\$ 182.118,63 em 27.289 horas de treinamentos e de capacitação. A empresa Karsten, oferece auxílio creche para os funcionários com filhos até 5 anos e descontos em todas as lojas da fábrica. A Weg investe em jovens e com a parceria com o SENAI cumpre a Lei do Menor Aprendiz (DOMENICO et. al., 2015).

**Quadro 2 - Práticas voltadas a benefícios e treinamento aos colaboradores**

<b>Empresas</b>	<b>Práticas e ações</b>
BRF S.A.	Programas e treinamento, complementados por cursos, congressos, feiras e simpósios.
BUETTNER S.A.	Gestão comprometida com a sustentabilidade do negócio; a liderança contribuindo para o desempenho dos colaboradores; e investimento contínuo e estratégico em capacitação de seus colaboradores.
CASAN	Distribuição a título de participação nos lucros da Companhia; e oportunidades de capacitação e desenvolvimento de capacitação e atualização dos colaboradores.
KARSTEN S.A.	Auxilio creche; distribuição de cestas básicas; desconto nas compras na loja de fábrica; e treinamentos de capacitação e atualização dos colaboradores.
WEG S.A.	Treinamento e formação profissional a jovens de 16 a 18 anos; e o Centro WEG mantém parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), o que permite ao projeto atender à Lei do Menor Aprendiz.

Fonte: DOMENICO et. al. (2015, p. 80)

Confrontando o Quadro 1 com o Quadro 2, percebe-se que cada empresa tem a sua forma de cuidar de seus colaboradores, depende muito do porte da empresa, uns com mais benefícios, mas o que todos tem em comum é foco em cursos e treinamentos para capacitação e desenvolvimento do funcionário. A longo prazo traz benefícios para ambas as partes, tanto para a empresa quanto pra o próprio funcionário.

O Quadro 3, a seguir, representa umas das ações sociais que a empresa M&M realiza que está ligada à comunidade, através da Paróquia Santa Teresinha, localizada no bairro Saco dos Limões. Essa ligação aconteceu pelo fato da diretora Marlise fazer parte como membro da diretoria da paróquia. A empresa M&M promove alguns eventos durante o ano que a arrecadação é alimentos destinados a paróquia, no ano de 2015, por exemplo, foi promovido um ciclo de palestras sobre educação financeira durante uma semana no mês de março. Outro exemplo é no período de declaração do Imposto de Renda Pessoa Física - IRPF, que a empresa M&M realiza esta declaração para alguns clientes em troca de cesta básica, que

também é destinado à paróquia. A contabilidade da paróquia é realizada pela empresa M&M de forma gratuita.

**Quadro 3 - Ações externas ligadas a comunidade (M&M)**

<b>Práticas e Ações</b>	<b>Descrição</b>
Projeto Ação Social da Paróquia Santa Terezinha do Menino Jesus	Doação de cestas básicas ao Projeto Ação Social da Paróquia Santa Terezinha do Menino Jesus, peças artesanais.

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

Da mesma forma, outras empresas também apresentam práticas que envolvem cuidado com a saúde e bem estar. O Quadro 4 informa as práticas e ações das empresas: BRF, Buettner, Casan, Karsten e Weg, no que se refere a saúde da comunidade e dos funcionários. A BRF busca melhores condições de saúde e de segurança para seus colaboradores, com programa de saúde bucal, campanhas de vacinação contra dengue, gripe e HIV e também conscientização contra as drogas. Além da preocupação com integridade de seus colaboradores, a empresa também investe na comunidade onde está inserida. A Casan disponibiliza a tarifa social, essa arrecadação é destinada a mil pessoas de baixa renda. São realizados procedimentos, ações, campanhas de vacinação, ginástica laboral, para a preservação da saúde de seus colaboradores. A Karsten disponibiliza ambulatório médico para seus funcionários e familiares, com clínica geral, ginecologista, obstetrícia e atendimento dentário totalizando, em 2013, mais de 24.000 atendimentos. Oferece também seguro saúde, convenio farmácia e ginástica laboral. A Weg realizou o 4º Encontro de Crescimento Sustentável Comunidade e dele participaram representantes de entidades relacionadas a pessoas com deficiência e câncer. Neste encontro, nove das doze entidades receberam consultoria prestada pela Weg. Também disponibiliza ambulatório de referência e saúde multidisciplinar, são atendidos por 73 profissionais especializados nas áreas clínica e trabalho (DOMENICO et. al., 2015).

**Quadro 4 - Práticas voltadas à saúde da comunidade e à saúde e segurança dos funcionários**

<b>Empresas</b>	<b>Práticas e ações</b>
BRF S.A.	Programas: Novo Se; BRF Sorridente; Caminhada e Corrida de 5 Km; Saúde do Homem; Saúde da Mulher; Viva Saúde; Momento Saúde; campanhas e programas internos de promoção a saúde; vacinação contra a gripe; campanhas de prevenção de HIV/AIDS, combate ao fumo, às drogas e à dengue; e Programa SSMA (Saúde, Segurança e Meio Ambiente).
BUETTNER S.A.	Não evidenciou práticas sobre saúde e segurança dos funcionários e da comunidade no ano de 2013.
CASAN	Tarifa Social; Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO); realização dos procedimentos e ações previstas no PCMSO.
KARSTEN S.A.	Ambulatório médico à disposição dos funcionários e familiares; seguro saúde; convênio farmácia; e ginástica laboral com dicas de saúde.

WEG S.A.	Realização do 4º Encontro de Crescimento Sustentável Comunidade; promoção da saúde de forma multidisciplinar; e ambulatório de referência.
----------	--

Fonte: DOMENICO et. al. (2015, p. 79)

Em confrontação do Quadro 3 e Quadro 4 podemos perceber que ambas as empresas estão preocupadas com a saúde, o conhecimento de seus colaboradores e a comunidade, a empresa M&M mais voltada para doações e as demais com cuidados com a saúde.

O Quadro 5 demonstra as ações relacionadas ao meio ambiente que a empresa M&M realiza. Ambas estão pautadas a reciclagem de papel, com o intuito de evitar descarte abusivo. Inclui três práticas, não é descartado o papel se não estiver utilizado os dois lados, para amenizar os impactos ambientais a empresa optou pela utilização de cartuchos recicláveis, e foi adotado o malote para transporte da documentação entre a empresa e seus clientes, passando não utilizar mais envelopes de papel, além de conscientizar os seus clientes para aderirem essa ideia.

#### **Quadro 5 - Indicadores Ambientais**

<b>Práticas e Ações</b>	<b>Descrição</b>
Reciclagem de folhas	Não é descartado se não estiver utilizado os dois lados.
Cartucho reciclável	Para amenizar impactos ambientais.
Malote	Foi adotado o malote para transporte de documentação entre os clientes e a empresa deixando de utilizar envelopes de papel.

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

O Quadro 6 evidencia as práticas e ações relacionadas com o meio ambiente das empresas: BRF, Buettner, Casan, Karsten e Weg, aborda sobre a destinação dos resíduos sólidos, reciclagem e conscientização na gestão e dos colaboradores. Todas essas empresas produzem resíduos sólidos, e o quadro mostra que ambas se preocupam com a destinação adequada do mesmo. A BRF destacou que foi coletado mais de 1,5 mil toneladas de resíduos perigosos do campo e dos incubatórios. A Casan coleta, trata e dá destinação final aos resíduos sólidos domésticos, industriais e hospitalares, e também faz acompanhamento do licenciamento ambiental nos órgãos responsáveis pelo abastecimento de água, sistema de esgoto e transporte de produtos químicos perigosos. A Karsten realiza um plano de gerenciamento de resíduos, implantação de programas de coleta, reciclagem e aproveitamento dos seus resíduos, e também a conscientização destes assuntos aos seus colaboradores. A Weg realizou várias ações para reduzir a geração de resíduos, como descentralização das áreas de resíduos dos parques fabris de Jaraguá do Sul/SC, reutilização dos materiais moídos no processo de injeção, implantação do processo de centrifugação de cavaco para a recuperação de óleo de fresa e reciclagem de mais de 70% dos resíduos gerados por ela (DOMENICO et. al., 2015).

#### **Quadro 6 - Práticas voltadas à gestão dos resíduos sólidos e líquidos**

<b>Empresas</b>	<b>Práticas e ações</b>
BRF S.A.	Coleta dos resíduos perigosos; Programa de Logística Reversa dos Resíduos de Saúde Animal; Normas Corporativas de Gestão Ambiental Agropecuária; Programa de Gestão dos Resíduos de Serviços de Saúde Animal; e Programa Suinocultura Sustentável.
BUETTNER S.A.	A empresa não evidenciou práticas sobre gestão dos resíduos e líquidos no anos de 2013.
CASAN	Coleta, tratamento e destino final a resíduos sólidos domésticos, industriais e hospitalares; e acompanhamentos de licenciamento ambiental.
KARSTEN S.A.	Plano de gerenciamento de resíduos; programas de coleta, reciclagem e reaproveitamento dos principais resíduos; e conscientização de seus colaboradores.
WEG S.A.	Descentralização das áreas de resíduos dos parques fabris de Jaraguá do Sul; maior reutilização de material moído no processo de injeção; implantação do processo de centrifugação de cavaco; reciclagem de mais de 70% dos resíduos gerados; e investimentos na aquisição de equipamentos de controle ambiental.

Fonte: DOMENICO et. al. (2015, p. 77)

Confrontando o Quando 5 com o Quadro 6 podemos observar a semelhança com a questão de reciclagem, como a empresa M&M não gera resíduos sólidos, resolveu implementar a conscientização de pequenas ações que fazem a diferença. As demais empresas geram resíduos sólidos e suas práticas apresentadas estão relacionadas diretamente a destinação correta desses resíduos.

### 6.5. CERTIFICAÇÃO

A ALESC, com base na Lei 12.918/04, instituiu o Certificado de Responsabilidade Social de Santa Catarina e o Troféu Responsabilidade Social - Destaque SC, com finalidade de reconhecer e destacar as empresas catarinenses, que publicam e apresentam o Balanço Social, visando sempre o bem-estar da sociedade e a preservação ambiental (ALESC, 2015).

A primeira edição do Certificado de Responsabilidade Social de Santa Catarina e o Troféu Responsabilidade Social - Destaque SC foi realizado em 2011. A empresa M&M recebeu o Certificado de Responsabilidade Social de Santa Catarina em todos os anos.

Sobre o Troféu de Responsabilidade Social, a empresa M&M ganhou, no concurso da ALESC, esta certificação nos anos de 2011 e 2014. A realização do Balanço Social foi motivado por este troféu. No ano de 2010 a ALESC chamou todos os contadores da região, e foi realizado alguns eventos através do CRC (Conselho Regional de Contabilidade) direcionados a este tema. Estes eventos chamaram a atenção dos gestores para abraçar essa ideia, obtendo um resultado positivo para a empresa.

A diretora Marlise ressaltou que foi uma surpresa ter ganhado no primeiro ano que se inscreveu para o prêmio, pelo fato de ser uma micro empresa e prestadora de serviços,

motivando ainda mais a empresa M&M em investir em responsabilidade social, tornando a empresa pioneira e inovadora no mercado em que atua.

Foi questionado se havia alguma ação destaque para que a empresa tenha ganhado esta certificação, e segundo a diretora "não há ações destaque, o critério de avaliação são os números do Balanço Social, pois são através dos números que são extraídos os percentuais e pontuação". A diretora acredita que as ações que merecem destaques são os procedimentos internos, investimento como em alimentação, educação continuada para os colaboradores, plano de saúde e as questões de reciclagem. Para concorrer a certificação são separados pelo porte, a empresa M&M participou somente com microempresas e empresas de pequeno porte, a diretora Marlise citou que no ano de 2013 a empresa que levou o prêmio, cujo projeto era muito bom, produzia muitos resíduos e a mesma modificou toda a estrutura para conseguir fazer a destinação correta desses resíduos.

## **7. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O alcance do objetivo geral estabelecido para esta pesquisa foi limitado pelo método de pesquisa selecionado que foi o estudo de caso. Apenas uma empresa de contabilidade da grande Florianópolis divulgou seu balanço social e por isso este método foi selecionado. No entanto, estudos de caso não permitem generalizações.

Os motivos das empresas não publicarem o balanço social, se dá pela não obrigatoriedade e o investimento financeiro para a realização do mesmo, pois se deve contratar um profissional da contabilidade para elaborar esta demonstração, que é considerada complexa.

Foram adquiridas amplas informações sobre responsabilidade social e balanço social, sendo possível perceber que este balanço não está relacionado somente com o meio ambiente, também atinge outras partes, como o respeito e cuidados com os colaboradores e com a comunidade onde a empresa está inserida. O balanço social pode ser utilizado para múltiplas finalidades, ligadas com a ferramenta de gestão, estratégias, marketing, transparência nas informações e prestígio no mercado, que para possuir credibilidade o balanço deve apresentar alguma certificação ou selo de reconhecimento.

A empresa M&M é enquadrada como empresa de pequeno porte, e mostrou que isso não é limitação para realizar práticas de responsabilidade social e publicar o seu balanço social. O foco da mesma são os colaboradores e alguns procedimentos internos. O balanço social é um dos serviços disponibilizados pelo escritório, mas poucos clientes usufruem, sendo somente as organizações sem fins lucrativos.

Foi possível perceber que as ações internas da empresa M&M também são realizadas, na maioria, dos outros escritórios da região, como plano de saúde, cursos e treinamentos de capacitação, confraternizações, ginástica laboral, reciclagem de folhas e utilização de malote. Mas o diferencial da empresa é o balanço social.

O projeto ação social da Paróquia Santa Terezinha do Menino Jesus, foi outro ponto muito interessante, é uma ação simples onde a empresa coleta todos os anos cestas básicas e promove alguns eventos para investir na comunidade. Onde muitos dos seus clientes abraçam a causa. Uma das formas de arrecadação é que a empresa realiza a declaração do IRPF, para seus clientes, em troca de cestas básicas, essa atitude, provavelmente, poucos contadores teriam, pelo fato de não ter retorno financeiro.

As práticas e ações da empresa M&M foram confrontadas com outras empresas BRF, Buettner, Casan, Karsten e Weg. Apesar das empresas diferirem tanto em porte quanto no ramo de atuação, foi possível verificar que todas têm preocupações com finalidades semelhantes, como em cuidar da saúde e segurança de seus colaboradores, além de investirem em cursos e treinamento de capacitação, que traz benefícios para ambos. Outra prática é a preocupação no ambiente em que está inserido, investindo na comunidade e a preocupação ambiental. Evidente que conforme o porte da empresa, mais possibilidades de recursos a mesma tem.

Sobre a Certificação e o Troféu Responsabilidade Social, pode-se notar que mesmo a ALESC e o CRC terem realizados eventos com este tema, ainda não há muitas empresas que adotaram a prática e a elaboração do balanço social. Pelos resultados das edições, pode-se observar que as empresas participaram de forma contínua, e que muitas conseguiram receber o Troféu na maioria dos anos.

Não foi possível concluir informações precisas com a análise feita no referente artigo, sobre a publicação do balanço social referentes aos escritórios de contabilidade e empresas de pequeno porte. Para isso sugere-se que para as pesquisas futuras, sejam realizadas análises com ampliação de amostra.

## REFERÊNCIAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. **Sistemas de gestão da qualidade – Fundamentos e vocabulário**. 2000. Disponível em: <<http://www.cefetsp.br/edu/jcaruso/apostilas/iso9000.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

ALESC - Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina. **Certificação de Responsabilidade Social**. Disponível em: <<http://responsabilidadesocial.alesc.sc.gov.br/>> Acesso em: 13 de nov. 2015.

ALESC - Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina. **Troféu Responsabilidade Social**. Disponível em: <<http://www.alesc.sc.gov.br/rsocial/site/site/trofeu>> Acesso em: 13 de nov. 2015.

BRASIL. Decreto Lei Nº 394-B/84 de 26 de Dezembro de 1984. **Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado**. Disponível em: <[http://info.portaldasfinancas.gov.pt/NR/rdonlyres/E5D4B380-F7C0-485D-95DC-46285280295A/0/IVA\\_REPUBLICADO.pdf](http://info.portaldasfinancas.gov.pt/NR/rdonlyres/E5D4B380-F7C0-485D-95DC-46285280295A/0/IVA_REPUBLICADO.pdf)> Acesso em: 07 de nov. 2015.

BRASIL. Lei nº 12.305, de 2 de Agosto de 2010. **Política Nacional de Resíduos Sólidos**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm)> Acesso em: 07 de nov. 2015.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental - Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

INSTITUTO ETHOS. **Guia para Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade 2007**. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/1Versão-2007.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

INSTITUTO ETHOS. **O Balanço Social e a Comunicação da Empresa com a Sociedade**. Disponível em: <[http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-b650\\_Bal\\_Soc\\_e\\_a\\_Comun\\_da\\_Empr\\_com\\_a\\_Soc\\_5edi.pdf](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-b650_Bal_Soc_e_a_Comun_da_Empr_com_a_Soc_5edi.pdf)>. Acesso em: 12 nov. 2015.

INSTITUTO ETHOS. **Sobre o Instituto - Missão**. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/conteudo/sobre-o-instituto/missao/#.ViEGyEtdHIU>>. Acesso em: 03 out. 2015.

ISO - International Organization for Standardization. **ISO 14000: Gestão Ambiental**. Genebra, Suíça, 1947. Disponível em: <<http://certificacaoiso.com.br/iso-14001/>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MACHADO FILHO, Cláudio Pinheiro. **Responsabilidade Social e Governança: O Debate e as Implicações**. 1. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

OLIVEIRA, José Antonio Puppim de. **Empresas na Sociedade- Sustentabilidade e Responsabilidade Social**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

PONCHIROLLI, Osmar. **Ética e Responsabilidade Social Empresarial**. Curitiba: Juruá, 2010.

REIS, Carlos Nelson dos. MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade Social das Empresas e Balanço Social: Meios Propulsores do Desenvolvimento Econômico e Social**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.