

O QUE É E COMO ELABORAR UM BALANÇO SOCIAL



- ✓ O que é Balanço Social?
- ✓ Qual a sua estrutura básica?
- ✓ Quais são os pontos mais importantes no Balanço Social?
- ✓ Quem deve elaborar um Balanço Social?
- ✓ Qual é a base do Balanço Social?
- ✓ Qual a relação com o desenvolvimento dos negócios?

Afonso Celso B. Tobias (afonso@fcavalcante.com.br)

- Consultor da Cavalcante Consultores, responsável na área de treinamento e consultoria financeira.
- Administrador de Empresas e Contador pela Universidade Mackenzie.
- Atuou durante 10 anos como consultor financeiro pela Coopers & Lybrand nas áreas de Corporate Finance e Planejamento e Análise de Negócios e 3 anos como gerente de fusões e aquisições pelo Banco Real de Investimento e Banco Alfa de Investimento
- Mestrando pela Universidade Mackenzie em Administração de Empresas com ênfase em Gestão Econômico-financeira.
- Pós-graduado em Economia pela Universidade Mackenzie e Planejamento e Controle Empresarial pela Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP.
- Professor de pós-graduação em Planejamento e Controle Empresarial e Administração Contábil e Financeira pela Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	3
2. BALANÇO SOCIAL COMO MODELO DE DESENVOLVIMENTOS DOS NEGÓCIOS.....	6
3. A IMPORTÂNCIA DE ESTABELECEER VALORES E TRANSPARÊNCIA NA CONDUTA ÉTICA E NOS NEGÓCIOS.....	7
4. A RELAÇÃO COM O PÚBLICO INTERNO.....	8
5. O IMPACTO SOBRE O MEIO AMBIENTE.....	10
6. O ESTABELECIMENTO DE COMPROMISSO COM OS FORNECEDORES	12
7. A MANUTENÇÃO E O DESENVOLVIMENTO DE CONSUMIDORES / CLIENTES	12
8. A PARTICIPAÇÃO DE TODA A COMUNIDADE ENVOLVIDA COM A EMPRESA.....	13
9. O RELACIONAMENTO COM O GOVERNO E A SOCIEDADE	15
10. INSTRUÇÕES PARA A ELABORAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL	17
11. MODELO: BALANÇO SOCIAL ANUAL.....	19

1. Introdução

Nos últimos cinco anos, mesmo sob os ventos conturbados de um processo de globalização em crise, muitas empresas passaram a incorporar entre suas preocupações a responsabilidade social corporativa.

Afora os casos de dirigentes éticos que assumem o papel de agentes de mudança das condições sociais, são várias as razões para explicar essa tendência.

A principal delas, sem dúvida, é a existência de uma expectativa da sociedade em relação à postura responsável das empresas, uma resposta pragmática a consumidores e cidadãos cada vez mais exigentes e cientes de seus direitos.

Aos poucos as empresas vêm percebendo que boas práticas em relação a seus colaboradores diretos, o cuidado com o meio ambiente e ações no campo social contribuem para melhorar sua imagem, aumentar a fidelidade e a produtividade de seus empregados e para atrair novos investidores.

No Brasil, a exemplo do que ocorre em vários países, essa tendência também se verifica.

Cresce o número de empresas que procuram associar suas marcas a projetos de interesse público.

O engajamento de alguns empresários no combate à fome mostrou o quanto é importante fazer com que as empresas assumam um papel mais ativo na solução dos desafios sociais.

O modelo de balanço social proposto tem contribuído efetivamente para a divulgação das ações sociais e ambientais das empresas.

Mais do que isso, e não são poucos os exemplos, tem provocado processos de transformação de práticas empresariais, seja no questionamento do impacto dos projetos sociais na comunidade, na geração de novos projetos, seja na postura em relação à diversidade (gênero, raça) no mundo do trabalho.

Em função da simplicidade na sua elaboração e apresentação e pelo fato de facilitar a análise (transparência) e a gestão (composto de dados quantitativos e informações qualitativas objetivas), o modelo de balanço social, como passou a ser conhecido, é hoje uma referência para gestores, analistas e pesquisadores; e logo será também peça fundamental nas negociações sindicais e nas decisões de investimentos.

De 1998, quando foram publicados os primeiros balanços sociais, para cá vem crescendo o interesse pela publicação do balanço social. Para se ter uma idéia da importância das empresas que se engajaram na campanha, suas receitas líquidas em 2000 somaram R\$ 160 bilhões (cerca de 10% do PIB brasileiro).

O perfil das empresas é bem diversificado, tanto em termos de setor de atuação (indústria, serviços, agropecuária), origem do capital (nacional e multinacional) quanto no porte.

Na lista, encontram-se, por um lado, a Embraer, maior exportadora do Brasil, estatais como a Petrobras, dona de um faturamento de R\$ 50 bilhões e o Banco do Brasil, com 78 mil empregados.

Grandes organizações privadas, como o grupo Pão de Açúcar (50 mil empregados) e o banco Itaú (R\$ 2,5 bilhões de resultado operacional) e multinacionais como Aché, Organon e Embratel.

Por outro lado, também aparecem empresas com menos de 200 empregados (Fersol, empresa de defensivos agrícolas, Cohab-PA, companhia de habitação do Pará, e a Emparn, empresa de pesquisa agrícola do Rio Grande do Norte).

Os dados do balanço social das empresas mostram que ainda há muito o que fazer para que se tornem, efetivamente, socialmente responsáveis. Porém, é preciso destacar que as 42 empresas que publicaram voluntariamente seus balanços sociais, num esforço louvável de promover a transparência, deram um passo importante no sentido da necessária transformação.

No contemporâneo mundo dos negócios, onde qualidade e preço já tornaram-se condições *sine qua non* para a sobrevivência dos produtos e serviços, a busca de destaque no mercado global vem reunindo aspectos que mantiveram-se separados durante a maior parte do desenvolvimento e da consolidação do capitalismo: o econômico e o social.

Nesse processo, algumas corporações têm procurado diferenciar-se a partir de um conjunto de princípios e práticas baseados na ética, transparência e responsabilidade.

Em alguns casos, esses valores acabam alterando significativamente as relações da empresa com seus funcionários, consumidores, comunidade e meio ambiente.

Todavia, torna-se importante lembrar que o termo - **responsabilidade social empresarial** - é utilizado para denominar desde mudanças cosméticas superficiais, a partir do uso de palavras soltas na publicidade de algumas instituições, até verdadeiras transformações nas relações capital-trabalho e na forma de obtenção e distribuição da riqueza gerada.

Dessa forma, para conquistar um diferencial e obter a credibilidade e aceitação da sociedade e das diversas partes interessadas dentro do universo empresarial, além de novas práticas e da publicação anual dos balanços e relatórios sociais e ambientais, as corporações têm buscado certificações, selos e standards internacionais na área social.

Entre os exemplos brasileiros mais significativos, estão o 'Selo Empresa Amiga da Criança', conferido pela Fundação Abrinq; o 'Selo Empresa-Cidadã', que é uma premiação da Câmara Municipal da Cidade de São Paulo; e o 'Selo Balanço Social Ibase/Betinho', do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas desde 1998.

No âmbito internacional, destacam-se as normas BS 8800 e OHSAS 18001, que tratam de segurança e saúde no ambiente de trabalho. Além dessas, existem as normas AA 1000 e Social Accountability 8000 (SA 8000), com foco na responsabilidade social corporativa. Mesmo ainda pouco conhecida no Brasil, a norma SA 8000 merece uma atenção especial, entre outros motivos, pelo fato de que a obtenção e manutenção desse certificado prevê o envolvimento dos trabalhadores da empresa, bem como a participação de ONGs e sindicatos.

Cada vez mais reconhecida como um efetivo sistema de implementação, manutenção e verificação de condições dignas de trabalho, atualmente já existem mais de 60 empresas voluntariamente certificadas com a SA 8000 em 17 países, incluindo Estados Unidos, Inglaterra, Espanha, Itália e Brasil.

Várias empresas multinacionais sediadas nos Estados Unidos e na Europa estão implementando a norma e exigindo que seus fornecedores operem dentro dos mesmos padrões de responsabilidade social.

Como exemplo podem ser citadas a Avon, a Dole Foods e a Otto Versand. No Brasil, dois grupos possuem o Certificado SA 8000: uma indústria do setor de alimentos, a De Nadai, e um escritório na cidade de São Paulo, a C ESG. Além dessas, outras duas estão em processo de obtenção da certificação, a Avon do Brasil e a Bahia Sul Celulose.

Fundamentalmente, a Social Accountability 8000 visa aprimorar o bem-estar e as condições de trabalho no ambiente corporativo, a partir do desenvolvimento de um sistema de verificação que deve garantir o cumprimento das exigências contidas na norma e a contínua conformidade com os padrões estabelecidos.

Seus requisitos estão baseados nas declarações internacionais de direitos humanos, na defesa dos direitos da criança e nas convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT). Para isso, a SA 8000 apresenta-se como um sistema de auditoria similar à certificação ISO 9000, que atualmente já é apresentada por mais de 300 mil empresas em todo o mundo.

Criada em 1997 e desenvolvida por um conselho internacional que reúne empresários, ONGs e organizações sindicais, a SA 8000 quer encorajar a participação de todos os setores da sociedade na melhoria das condições de trabalho e de vida no ambiente corporativo, eliminar o trabalho forçado e acabar com a exploração do trabalho infantil.

Além de ser uma questão ética em si, garantir boas e dignas condições de trabalho tornou-se fundamental no atual mundo dos negócios.

Por um lado, contribui para o sucesso num mercado cada vez mais competitivo e globalizado; por outro, faz parte da construção de uma sociedade mais justa e fraterna para todos.

2. Balanço Social como modelo de desenvolvimentos dos negócios

O que é Balanço Social?

O balanço social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade.

É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

No balanço social a empresa mostra o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos. Ou seja, sua função principal é tornar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

O balanço social é uma ferramenta que, quando construída por múltiplos profissionais, tem a capacidade de explicitar e medir a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta.

Por que fazer?

- **Porque é ético...** ser justo, bom e responsável já é um bem em si mesmo.
- **Porque agrega valor...** o balanço social traz um diferencial para a imagem da empresa que vem sendo cada vez mais valorizado por investidores e consumidores no Brasil e no mundo.
- **Porque diminui os riscos...** num mundo globalizado, onde informações sobre empresas circulam mercados internacionais em minutos, uma conduta ética e transparente tem que fazer parte da estratégia de qualquer organização nos dias de hoje.
- **Porque é um moderno instrumento de gestão...** o balanço social é uma valiosa ferramenta para a empresa gerir, medir e divulgar o exercício da responsabilidade social em seus empreendimentos.
- **Porque é instrumento de avaliação...** os analistas de mercado, investidores e órgãos de financiamento (como BNDES, BID e IFC) já incluem o balanço social na lista dos documentos necessários para se conhecer e avaliar os riscos e as projeções de uma empresa.
- **Porque é inovador e transformador...** realizar e publicar balanço social anualmente é mudar a antiga visão, indiferente à satisfação e o bem-estar dos funcionários e clientes, para uma visão moderna em que os objetivos da empresa incorporam as práticas de responsabilidade social e ambiental.

Os beneficiários

O balanço social favorece a todos os grupos que interagem com a empresa. Aos dirigentes fornece informações úteis à tomada de decisões relativas aos programas sociais que a empresa desenvolve.

Seu processo de realização estimula a participação dos funcionários e funcionárias na escolha das ações e projetos sociais, gerando um grau mais elevado de comunicação interna e integração nas relações entre dirigentes e o corpo funcional.

Aos fornecedores e investidores, informa como a empresa encara suas responsabilidades em relação aos recursos humanos e à natureza, o que é um bom indicador da forma como a empresa é administrada.

Para os consumidores, dá uma idéia de qual é a postura dos dirigentes e a qualidade do produto ou serviço oferecido, demonstrando o caminho que a empresa escolheu para construir sua marca. E ao Estado, ajuda na identificação e na formulação de políticas públicas.

3. A importância de estabelecer Valores e Transparência na conduta ética e nos negócios

Valores e princípios éticos formam a base da cultura de uma empresa, orientando sua conduta e fundamentando sua missão social.

A noção de responsabilidade social empresarial decorre da compreensão de que a ação das empresas deve, necessariamente, buscar trazer benefícios para a sociedade, propiciar a realização profissional dos empregados, promover benefícios para os parceiros e para o meio ambiente e trazer retorno para os investidores.

A adoção de uma postura clara e transparente no que diz respeito aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalece a legitimidade social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações.

Auto Regulação da Conduta

- **Compromissos Éticos**

O código de ética ou de compromisso social é um instrumento de realização da visão e da missão da empresa, orienta suas ações e explicita sua postura social a todos com quem mantém relações. O código de ética e/ou de compromisso social e o comprometimento da alta gestão com sua disseminação e cumprimento são bases de sustentação da empresa socialmente responsável. A formalização dos compromissos éticos da empresa é importante para que ela possa se comunicar de forma consistente com todos os parceiros. Dado o dinamismo do contexto social é necessário criar mecanismos de atualização do código de ética e promover a participação de todos os envolvidos.

- **Enraizamento na Cultura Organizacional**

As crenças e valores da empresa estarão progressivamente enraizados na cultura da organização na medida em que passem por uma difusão sistemática. Além de desenvolver instrumentos de comunicação, é importante estimular a participação e a contribuição os interessados nos processos de avaliação e monitoramento, principalmente quando eles possibilitam a incorporação das sugestões aos processos de trabalho.

Relações Transparentes com a Sociedade

- **Diálogo com Partes Interessadas (Stakeholders)**

O envolvimento dos parceiros na definição das estratégias de negócios da empresa gera compromisso mútuo com as metas estabelecidas. Ele será tanto mais eficaz quanto sejam assegurados canais de comunicação que viabilizem o diálogo estruturado.

- **Relações com a Concorrência**

A responsabilidade social implica na busca pela empresa de uma posição de liderança, em seu segmento de negócios, nas discussões que visem contribuir para a consolidação de elevados padrões de concorrência para o setor específico e para o mercado como um todo.

- **Balanco Social**

O registro das ações voltadas para a responsabilidade social permite avaliar seus resultados e direcionar os recursos para o futuro. O balanço social da empresa deve explicitar as iniciativas de caráter social, resultados atingidos e investimentos realizados. O monitoramento de seus resultados por meio de indicadores pode ser complementado por auditorias feitas por entidades da sociedade (ONGs e outras instituições), agregando uma perspectiva externa à avaliação da própria empresa.

4. A relação com o Público Interno

A empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores, consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da OIT (Organização Internacional do Trabalho), ainda que esse seja um pressuposto indispensável.

Mas a empresa deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento de suas relações com os empregados. Também deve estar atenta para o respeito às culturas locais, revelado por um relacionamento ético e responsável com as minorias e instituições que representam seus interesses.

Diálogo e Participação

- **Relações com Sindicatos**

A empresa socialmente responsável favorece a organização de seus empregados e busca o alinhamento de seus interesses aos dos trabalhadores. Além de estabelecer negociações com as entidades sindicais visando a solução de demandas coletivas, a empresa deve buscar consolidar a prática de interlocução transparente com essas entidades, em torno de objetivos compartilhados.

- **Gestão Participativa**

Os programas de gestão participativa incentivam o envolvimento dos empregados na solução dos problemas da empresa. A empresa deve possibilitar que os empregados compartilhem seus desafios, o que também favorece desenvolvimento pessoal e profissional e a conquista de metas estabelecidas em conjunto.

- **Participação nos Resultados e Bonificação**

O justo reconhecimento da contribuição dos funcionários para os resultados da empresa é um poderoso instrumento de envolvimento e compromisso com o sucesso dos negócios. Os programas de participação acionária e de bonificação relacionada a desempenho são componentes importantes dos programas de gestão participativa.

Respeito ao Indivíduo

- **Compromisso com o Futuro das Crianças**

Para ser reconhecida como socialmente responsável, a empresa não deve utilizar-se, direta ou indiretamente, de trabalho infantil (de menores de 14 anos), conforme determina a legislação brasileira. Por outro lado, é positiva a iniciativa de empregar menores entre 14 e 16 anos, como aprendizes. A lei de aprendizes impõe procedimentos rígidos em relação a estes adolescentes, o que inclui a exigência de sua permanência na escola. Crianças e adolescentes têm direito à educação para poderem exercer sua cidadania e para capacitar-se profissionalmente.

- **Valorização da Diversidade**

A empresa não deve permitir qualquer tipo de discriminação em termos de recrutamento, acesso a treinamento, remuneração, avaliação ou promoção de seus empregados. Devem ser oferecidas oportunidades iguais a pessoas com diferenças relativas a sexo, raça, idade, origem, orientação sexual, religião, deficiência física, condições de saúde, etc. Atenção especial deve ser dada a membros de grupos que geralmente sofrem discriminação na sociedade.

Respeito ao Trabalhador

- **Comportamento Frente a Demissões**

As demissões de pessoal não devem ser utilizadas como primeiro recurso de redução de custos. Quando forem inevitáveis, a empresa deve realizá-las com responsabilidade, estabelecendo critérios para executá-las (empregados temporários, facilidade de recolocação, idade do empregado, empregado casado ou com filhos etc.) e assegurando os benefícios que estiverem a seu alcance. Além disso, a empresa pode utilizar sua influência e acesso a informações para auxiliar a recolocação dos empregados demitidos.

- **Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade**

Cabe à empresa comprometer-se com o investimento na capacitação e desenvolvimento profissional de seus empregados, oferecendo apoio a projetos de geração de empregos e fortalecimento da empregabilidade para a comunidade com que se relaciona.

- **Cuidado com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho**

A conscientização é a base fundamental para o desdobramento das intenções da empresa em ações que alinhem seus interesses aos dos trabalhadores. A busca por padrões internacionais de relações de trabalho é desejável, sendo as certificações a respeito do tema (ex.: BS 8800 e SA 8000), ferramentas adequadas para tanto.

- **Preparação para Aposentadoria**

A empresa socialmente responsável tem forte compromisso com o futuro de seus funcionários. O momento da aposentadoria representa excelente oportunidade para demonstrá-lo na prática. A empresa deve criar mecanismos de complementação previdenciária, visando reduzir o impacto da aposentadoria no nível de renda, e estimular a participação dos aposentados em seus projetos sociais.

5. O impacto sobre o Meio Ambiente

A empresa relaciona-se com o meio ambiente causando impactos de diferentes tipos e intensidades.

Uma empresa ambientalmente responsável procura minimizar os impactos negativos e amplificar os positivos. Deve, portanto, agir para a manutenção e melhoria das condições ambientais, minimizando ações próprias potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando para outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos neste sentido.

Gerenciamento do Impacto Ambiental

- **Conhecimento sobre o Impacto no Meio Ambiente**

Um critério importante para uma empresa consciente de sua responsabilidade ambiental é um relacionamento ético e dinâmico com os órgãos de fiscalização, com vistas à melhoria do sistema de proteção ambiental. A conscientização ambiental é base para uma atuação pró-ativa na defesa do meio ambiente, que deve ser acompanhada pela disseminação dos conhecimentos e intenções de proteção e prevenção ambiental para toda a empresa, a cadeia produtiva e a comunidade. A conscientização ambiental deve ser balizada por padrões nacionais e internacionais de proteção ambiental (ex.: ISO 14.000).

- **Minimização de Entradas e Saídas de Materiais na Empresa**

Uma das formas de atuação ambientalmente responsável da empresa é o cuidado com as entradas de seu processo produtivo, estando entre os principais parâmetros, comuns a todas as empresas, a utilização de energia, de água e de insumos necessários para a produção/prestação de serviços. A redução do consumo de energia, água e insumos leva à conseqüente redução do impacto ambiental necessário para obtê-los.

- **Responsabilidade sobre o Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços**

Entre as principais saídas do processo produtivo estão as mercadorias, suas embalagens e os materiais não utilizados, convertidos em potenciais agentes poluidores do ar, da água e do solo. São aspectos importantes na redução do impacto ambiental o desenvolvimento e a utilização de insumos, produtos e embalagens recicláveis ou biodegradáveis e a redução da poluição gerada. No caso desta última, também se inclui na avaliação a atitude da empresa na reciclagem dos compostos e refugos originados em suas operações.

Responsabilidade Frente às Gerações Futuras

- **Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental**

Como decorrência da conscientização ambiental, a empresa deve buscar desenvolver projetos e investimentos visando a compensação ambiental pelo uso de recursos naturais e pelo impacto causado por suas atividades, aprimorando os processos utilizados e desenvolvendo novos negócios voltados para a sustentabilidade ambiental de sua inserção no mercado.

- **Educação Ambiental**

Cabe à empresa ambientalmente responsável apoiar e desenvolver campanhas, projetos e programas educativos voltados para seus empregados, para a comunidade e para públicos mais amplos, além de envolver-se em iniciativas de fortalecimento da educação ambiental no âmbito da sociedade como um todo.

6. O estabelecimento de compromisso com os Fornecedores

A empresa que tem compromisso com a responsabilidade social envolve-se com seus fornecedores e parceiros, cumprindo os contratos estabelecidos e trabalhando pelo aprimoramento de suas relações de parceria. Cabe à empresa transmitir os valores de seu código de conduta a todos os participantes de sua cadeia de fornecedores, tomando-o como orientador em casos de conflitos de interesse. A empresa deve conscientizar-se de seu papel no fortalecimento da cadeia de fornecedores, atuando no desenvolvimento dos elos mais fracos e na valorização da livre concorrência.

Seleção e Parceria com Fornecedores

- **CrITÉRIOS de Seleção de Fornecedores**

A empresa deve incentivar seus fornecedores e parceiros a aderir aos compromissos que ela adota perante a sociedade. Também deve utilizar critérios voltados à responsabilidade social na escolha de seus fornecedores, exigindo, por exemplo, certos padrões de conduta nas relações com os trabalhadores ou com o meio ambiente.

- **Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva**

Especificamente sobre a questão do trabalho infantil, a empresa deve incentivar seus fornecedores e parceiros a aderirem ao movimento de erradicação da exploração do trabalho de crianças e adolescentes. Primeiramente há o atendimento a legislação, evoluindo até posturas mais pró-ativas como a mobilização de todo o setor produtivo. Além de critérios para a contratação dos serviços de fornecedores, terceiros e parceiros; é preciso monitorar e verificar o seu cumprimento.

- **Relações com Trabalhadores Terceirizados**

Uma iniciativa importante para a empresa é buscar disseminar seus valores pela cadeia de fornecedores, empresas parceiras e terceirizadas. Desta forma, deve exigir para os trabalhadores terceirizados condições semelhantes às de seus próprios empregados. Cabe à empresa evitar que ocorram terceirizações em que a redução de custos seja conseguida pela degradação das condições de trabalho e das relações com os trabalhadores.

- **Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores**

A empresa pode auxiliar no desenvolvimento de pequenas empresas, priorizando-as na escolha de seus fornecedores e auxiliando-as a desenvolverem seus processos produtivos e de gestão. Também podem ser oferecidos, no ambiente da empresa, treinamentos de funcionários de pequenos fornecedores, transferindo para eles seus conhecimentos técnicos e seus valores éticos e de responsabilidade social. Para buscar o desenvolvimento econômico da comunidade local, a empresa pode utilizar entidades ligadas à comunidade como fornecedores.

7. A manutenção e o desenvolvimento de Consumidores / Clientes

A responsabilidade social em relação aos clientes e consumidores exige da empresa o investimento permanente no desenvolvimento de produtos e serviços confiáveis, que minimizem os riscos de danos à saúde dos usuários e das pessoas em geral.

A publicidade de produtos e serviços deve garantir seu uso adequado. Informações detalhadas devem estar incluídas nas embalagens e deve ser assegurado suporte para o cliente antes, durante e após o consumo. A empresa deve alinhar-se aos interesses do cliente e buscar satisfazer suas necessidades.

Dimensão Social do Consumo

- **Política de Marketing e Comunicação**

A empresa é um produtor de cultura e influencia o comportamento da sociedade. Por isso, suas ações de comunicação devem ter uma dimensão educativa, evitando criar expectativas que extrapolem o que é oferecido efetivamente pelo produto ou serviço; não devem provocar desconforto ou constrangimento a quem for recebê-la; e devem informar corretamente os riscos potenciais dos produtos oferecidos.

- **Excelência do Atendimento**

Cabe à empresa socialmente responsável apoiar seus consumidores/clientes antes, durante e após a efetuação da venda, prevenindo prejuízos com o uso do seu produto. A qualidade do serviço de atendimento a clientes (SAC ou outra forma de atendimento) é uma referência importante neste aspecto, indicando a permeabilidade da empresa para adaptar-se às necessidades e demandas dos consumidores/clientes.

- **Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços**

É tarefa da empresa desenvolver ações de melhoria da confiabilidade, eficiência, segurança e disponibilidade dos produtos e serviços. Ela deve buscar conhecer os danos potenciais que possam ser provocados por suas atividades e produtos e alertar os consumidores/clientes quanto a eles, atuando em um processo de melhoria contínua e observando as normas técnicas relativas a eles (ex.: normas da ABNT).

8. A participação de toda a Comunidade envolvida com a empresa

A comunidade em que a empresa está inserida fornece-lhe infra-estrutura e o capital social representado por seus empregados e parceiros, contribuindo decisivamente para a viabilização de seus negócios.

O investimento pela empresa em ações que tragam benefícios para a comunidade é uma contrapartida justa, além de reverter em ganhos para o ambiente interno e na percepção que os clientes têm da própria empresa.

O respeito aos costumes e culturas locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais devem fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais.

Relações com a Comunidade Local

- **Gerenciamento do Impacto da Empresa junto à Comunidade**

A inserção da empresa na comunidade pressupõe que ela respeite as normas e costumes locais, tendo uma interação dinâmica e transparente com os grupos locais e seus representantes, a fim de que possam solucionar conjuntamente problemas comunitários ou resolver de modo negociado eventuais conflitos entre as partes.

- **Relações com Organizações Atuantes na Comunidade**

A empresa pró-ativa na responsabilidade social assume como meta a contribuição para o desenvolvimento da comunidade. Desta forma, deve apoiar ou participar diretamente de projetos sociais promovidos por organizações comunitárias e ONGs, contribuindo para a disseminação de valores educativos e a melhoria das condições sociais.

Filantropia/Investimentos Sociais

- **Mecanismos de Apoio a Projetos Sociais**

A destinação de verbas e recursos a instituições e projetos sociais terá resultados mais efetivos na medida em que esteja baseada numa política estruturada da empresa, com critérios pré-definidos. Um aspecto relevante é a garantia de continuidade das ações, que pode ser reforçada pela constituição de instituto, fundação ou fundo social.

- **Estratégias de Atuação na Área Social**

A atuação social da empresa pode ser potencializada pela adoção de estratégias que valorizem a qualidade dos projetos sociais beneficiados, a multiplicação de experiências bem sucedidas, a criação de redes de atendimento e o fortalecimento das políticas públicas da área social.

- **Mobilização de Recursos para o Investimento Social**

O aporte de recursos pode ser direcionado para a resolução de problemas sociais específicos para os quais se voltam entidades comunitárias e ONGs. A empresa também pode desenvolver projetos próprios, mobilizar suas competências para o fortalecimento da ação social e envolver seus funcionários e parceiros na execução e apoio a projetos sociais da comunidade.

Trabalho Voluntário

- **Reconhecimento e Apoio ao Trabalho Voluntário dos Empregados**

O trabalho voluntário tem sido considerado um fator de motivação e satisfação das pessoas em seu ambiente profissional. A empresa pode incentivar essas atividades, liberando seus empregados em parte de seu horário de expediente para ajudar organizações da comunidade ou dando incentivos aos empregados que participam de projetos de caráter social.

9. O relacionamento com o Governo e a Sociedade

A empresa deve relacionar-se de forma ética e responsável com os poderes públicos, cumprindo as leis e mantendo interações dinâmicas com seus representantes, visando a constante melhoria das condições sociais e políticas do país.

O comportamento ético pressupõe que as relações entre a empresa e governos sejam transparentes para a sociedade, acionistas, empregados, clientes, fornecedores e distribuidores. Cabe à empresa manter uma atuação política coerente com seus princípios éticos e que evidencie seu alinhamento com os interesses da sociedade.

Transparência Política

- **Contribuições para Campanhas Políticas**

A transparência nos critérios e nas doações para candidatos ou partidos políticos é um importante fator de preservação do caráter ético da atuação da empresa. Ela também pode ser um espaço de desenvolvimento da cidadania, viabilizando a realização de debates democráticos que atendam aos interesses de seus funcionários.

- **Corrupção e Propina**

O compromisso formal com o combate à corrupção e propina explicita a posição contrária da empresa no recebimento ou oferta, aos parceiros comerciais ou a representantes do governo, de qualquer quantia em dinheiro ou coisa de valor, além do determinado em contrato. Esta proibição se aplica às ofertas diretas e indiretas, dentro ou fora do país.

Liderança Social

- **Liderança e Influência Social**

Cabe à empresa socialmente responsável buscar participar de associações, sindicatos e fóruns empresariais, impulsionando a elaboração conjunta de propostas de interesse público e caráter social.

- **Participação em Projetos Sociais Governamentais**

A dimensão da questão social no Brasil torna imprescindível a participação das empresas no seu enfrentamento. Além de cumprir sua obrigação de recolher corretamente impostos e tributos, as empresas podem contribuir com projetos e ações governamentais, devendo privilegiar as iniciativas voltadas para o aperfeiçoamento de políticas públicas na área social.

10. Instruções para a elaboração do Balanço Social

Realização	Este Balanço Social (BS) deve apresentar os projetos e as ações sociais e ambientais efetivamente realizados pela empresa. Sugestão: este BS deve ser o resultado de amplo processo participativo que envolva a comunidade interna e externa.
Publicação	Este BS deve ser apresentado como complemento em outros tipos de demonstrações financeiras e socioambientais; publicado isoladamente em jornais e revistas; amplamente divulgado entre funcionários, clientes, fornecedores e a sociedade. Pode ser acompanhado de outros itens e de informações qualitativas (textos e fotos) que a empresa julgue necessários.
Selo "Balanço Social Ibase/Betinho"	A empresa que realizar e publicar o seu balanço social, utilizando este modelo mínimo sugerido pelo Ibase, recebe o direito de utilizar o Selo Balanço Social Ibase/Betinho nos seus documentos, relatórios, papelaria, produtos, embalagens, site e etc. Mais informações: www.balancosocial.org.br Restrições: o Selo Ibase/Betinho NÃO será fornecido às empresas de cigarro/fumo, armas de fogo/munições, bebidas alcoólicas ou que estejam comprovadamente envolvidas com exploração de trabalho infantil.
1) Base de Cálculo	Itens Incluídos
Receita Líquida	• Receita bruta excluída dos impostos, contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais
Resultado Operacional	• Lucro ou prejuízo apresentado pela empresa no período
Folha de Pagamento Bruta	• Valor total da folha de pagamento
2) Indicadores Sociais Internos	
Alimentação	• Gastos com restaurante, vale-refeição, lanches, cestas básicas e outros relacionados à alimentação dos empregados
Previdência privada	• Planos especiais de aposentadoria, fundações previdenciárias, complementações de benefícios aos aposentados e seus dependentes
Saúde	• Plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde, inclusive dos aposentados
Educação	• Gastos com ensino regular em todos os níveis, reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca (excluído pessoal) e outros gastos com educação
Cultura	• Gastos com eventos e manifestações artísticas e culturais (música, teatro, cinema, literatura e outras artes)
Capacitação e desenvolvimento profissional	• Recursos investidos em treinamentos, cursos, estágios (excluído os salários) e gastos voltados especificamente para capacitação relacionada com a atividade desenvolvida pelos empregados
Creches ou auxílio-creche	• Creche no local ou auxílio-creche aos empregados
Participação nos lucros ou resultados	• Participações que não caracterizem complemento de salários
Outros benefícios	• Seguros (parcela paga pela empresa), empréstimo (só o custo), gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e outros benefícios oferecidos os empregados podem ser aqui enumerados

3) Indicadores Sociais Externos	
Total das contribuições para a sociedade	<ul style="list-style-type: none"> Somatório dos investimentos na comunidade que aparecem discriminados. Não incluir os gastos/investimentos declarados nos Indicadores Sociais Internos. Os itens na tabela aparecem como indicação de setores importantes onde a empresa deve investir, porém podem aparecer aqui somente os investimentos e contribuições que a empresa realiza regularmente (ação focalizada em educação, por exemplo)
Tributos (excluídos encargos sociais)	<ul style="list-style-type: none"> Impostos, contribuições e taxas federais, estaduais e municipais
4) Indicadores Ambientais	
Relacionados com a operação da empresa	<ul style="list-style-type: none"> Investimentos, monitoramento da qualidade dos resíduos/efluentes, despoluição, gastos com a introdução de métodos não-poluente, auditorias ambientais, programas de educação ambiental para os funcionários e outros gastos com o objetivo de incrementar a qualidade ambiental na operação da empresa
Em programas/projetos externos	<ul style="list-style-type: none"> Despoluição, conservação de recursos ambientais, campanhas ambientais, educação ambiental para a comunidade externa e para sociedade
5) Indicadores do Corpo Funcional	
Nº de negros que trabalha na empresa	<ul style="list-style-type: none"> Considerar como trabalhadores negros o somatório de indivíduos classificados como pretos e pardos (conforme a RAIS)
6) Informações Relevantes	
Relação entre a maior e a menor remuneração	<ul style="list-style-type: none"> Resultado da divisão da maior remuneração pela menor
Número total de acidentes de trabalho	<ul style="list-style-type: none"> Todos os acidentes de trabalho registrados durante o ano
7) Outras Informações	
	<ul style="list-style-type: none"> Este espaço está disponível para que a empresa agregue outras informações importantes quanto ao exercício da responsabilidade social e da cidadania empresarial

11. Modelo: Balanço Social Anual

1) Base de Cálculo	20X1			20X2		
	Valor (Mil Reais)			Valor (Mil Reais)		
Receita Líquida (RL)						
Resultado Operacional (RO)						
Folha de Pagamento Bruta (FPB)						
2) Indicadores Sociais Internos	Valor (Mil R\$)	%Sobre FPB	%Sobre RL	Valor (Mil R\$)	%Sobre FPB	%Sobre RL
Alimentação						
Encargos sociais compulsórios						
Previdência privada						
Saúde						
Segurança e medicina no trabalho						
Educação						
Cultura						
Capacitação e desenvolvimento profissional						
Creches ou auxílio-creche						
Participação nos lucros ou resultados						
Outros						
Total - Indicadores Sociais Internos						
3) Indicadores Sociais Externos	Valor (Mil R\$)	%Sobre RO	%Sobre RL	Valor (Mil R\$)	%Sobre RO	%Sobre RL
Educação						
Cultura						
Saúde e saneamento						
Habitação						
Esporte						
Lazer e diversão						
Creches						
Alimentação						
Outros						
Total das Contribuições para a Sociedade						
Tributos (excluídos encargos sociais)						
Total – Indicadores Sociais Externos						
4) Indicadores Ambientais						
Relacionados com a operação da empresa						
Em Programas e/ou projetos externos						
Total dos Investimentos em Meio Ambiente						
5) Indicadores do Corpo Funcional						
Nº de empregados ao final do período						
Nº de admissões durante o período						
Nº de empregados terceirizados						
Nº de empregados acima de 45 anos						
Nº de mulheres que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por mulheres						
Nº de negros que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por negros						
Nº de empregados portadores de deficiência						

6) Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial

Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa						
Número total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos:	<input type="checkbox"/> pela direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> pela direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos:	<input type="checkbox"/> pela direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> pela direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados
A participação nos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos os empregados
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos
Quanto à participação dos empregados em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva
7) Outras Informações						

Em um próximo Up-to-Date iremos apresentar um caso prático de Balanço Social e elaborar uma interpretação crítica dos seus valores com a respectiva conclusão.