O Balanço Social e a Comunicação da Empresa com a Sociedade

Rede Ethos de Jornalistas

Empresas e Responsabilidade Social

6ª edição

INSTITUTO ETHOS

O Balanço Social e a Comunicação da Empresa com a sociedade
é uma publicação do Instituto Ethos, distribuída gratuitamente aos jornalistas.

Realização

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Rua Dr. Fernandes Coelho, 85 – 10º andar – Pinheiros
05423-040 – São Paulo – SP
Tel.: (11) 3897-2400
Fax: (11) 3897-2424
Visite o nosso site: www.ethos.org.br

Rede Ethos de Jornalistas
www.ethos.org.br/rej
Coordenação: Patrícia Saito

Patrocínio
Basf, Instituto Algar, Itaú, Natura, Novartis e Petrobras

Apoio
Maxpress Mailing de Imprensa

Texto da 1ª edição
Regina Scharf e Fernando Pachi

Revisão da 6ª edição
Fátima Cardoso e Patrícia Saito (Rede Ethos de Jornalistas)

Colaboradores do Instituto Ethos
Emílio Martos, Maria Cristina Bumachar (captação de patrocínio) e Paulo Itacarambi

Projeto e produção gráfica
Planeta Terra Design

Versão on-line
São Paulo, junho de 2007.

Permitida a reprodução desta publicação, desde que citada a fonte
e com autorização prévia, por escrito, do Instituto Ethos

Esclarecimentos sobre as atividades do Instituto Ethos

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
2. Não fazemos consultoria, nem autorizamos ou credenciamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos "selo" com essa função.
4. Não permitimos que nenhuma empresa (associada ou não) ou qualquer outra entidade utilize a logomarca do Instituto Ethos sem o nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito. Caso tenha dúvida ou queira nos consultar sobre as atividades de apoio do Instituto Ethos, contate-nos pela seção "Fale Conosco" do site do Instituto Ethos www.ethos.org.br.

A Rede Ethos de Jornalistas

O Instituto Ethos, por meio da **Rede Ethos de Jornalistas**, mantém um programa de capacitação de profissionais de veículos de comunicação sobre responsabilidade social das empresas. Graças ao apoio da Fundação Ford, foi possível constituir em 2000 uma rede de 112 jornalistas de todo o país. Em 2003, após reformularmos a área criada para esse público em nosso site (www.ethos.org.br/rej), permitimos o cadastramento de novos profissionais interessados em casos de empresas socialmente responsáveis e, atualmente, o projeto conta com mais de 900 integrantes. Além de participar de seminários de formação, esse grupo tem acesso a informações exclusivas sobre responsabilidade social das empresas, artigos, entrevistas e reportagens a respeito do tema.

Com esta publicação, que chega agora à sexta edição revista, nosso objetivo é oferecer aos profissionais de imprensa parâmetros para a cobertura do tema da responsabilidade social empresarial. Este material serve ainda de apoio a seminários realizados em todo o país, exclusivamente para jornalistas. Assim, esperamos contribuir para aprofundar a cobertura na área e alertar os jornalistas, bem como os veículos de comunicação, para a importância de as empresas reverem suas práticas de gestão.

A idéia de produzir publicações especiais para jornalistas, entre elas uma que tratasse de balanço social, nasceu em 2000 durante os seminários de lançamento da Rede Ethos de Jornalistas em São Paulo, Brasília, Porto Alegre e Recife, que visavam apresentar aos participantes o conceito de responsabilidade social das empresas utilizado pelo Instituto Ethos. De lá para cá este material já foi distribuído para cerca de 3 mil jornalistas em seminários realizados entre 2002 e 2006. Além disso, foi encaminhado para profissionais de comunicação interessados no tema, estudantes, empresas associadas e demais parceiros do Instituto Ethos.

Introdução

A atitude da empresa em relação à ética e à responsabilidade social é encarada, cada vez mais, como evidência de sua capacidade de enfrentar desafios. Ela demonstra o quanto a companhia está disposta a investir para conquistar mercados mais exigentes, financiadores criteriosos e profissionais disputados.

Vários estudos comprovam que o comprometimento de uma organização com o futuro dos recursos naturais e humanos é decisivo para sua imagem perante a opinião pública. Três quartos dos norte-americanos estariam dispostos a trocar as marcas que usam habitualmente por outras de preço e qualidade semelhantes que estivessem associadas a uma boa causa. Uma pesquisa feita em 2002 pela consultoria McKinsey & Company[1] entre grandes investidores já mostrava que 76% dos entrevistados aceitariam pagar mais por ações de companhias, na América Latina, que possuíssem boa governança corporativa.

Mas a responsabilidade social não traz à empresa apenas uma boa reputação. Também costuma ser associada a uma melhor gestão, devido à baixa incidência de acidentes ambientais e de trabalho e a uma redução nos problemas jurídicos e fiscais.

Estabelecer a correlação que existe entre o comportamento ético de uma empresa e seu sucesso nem sempre é fácil, porém há inúmeras evidências nesse sentido. Um exemplo disso foi demonstrado por um estudo norte-americano[2] segundo o qual empresas que mantêm conselhos com ampla diversidade étnica e de gênero costumam ter melhor desempenho na Bolsa de Valores.

Introdução

No Brasil não é muito diferente. Pesquisa a respeito da percepção do consumidor sobre a responsabilidade social das empresas produzida em 2005[3] revelou que 88% dos entrevistados concordam que é responsabilidade das empresas ajudar a resolver problemas sociais, tais como criminalidade, pobreza e baixa educação. Além disso, 15% dos consumidores ouvidos afirmaram que, ao longo do ano anterior, deixaram de comprar produtos ou falaram mal de uma empresa como forma de punição.

O interesse manifesto da sociedade pelo comportamento ético das organizações promoveu a multiplicação dos instrumentos de avaliação e monitoramento corporativo. Nesse universo, o balanço social é uma das ferramentas de comunicação que mais se destacam, por estabelecer um diálogo profundo entre a empresa e os públicos interessados nos desafios que ela enfrenta.

---

1 McKINSEY & Co. *Global Investors Opinion Survey*. 2002. Disponível em: <http://www.mckinsey.com/clientservice/organizationleadership/service/corpgovernance/pdf/GlobalInvestorOpinionSurvey2002.pdf>. Acesso em: 2 jan. 2006.

2 BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY. *Issue Briefs – Governance and Accountability – Board Diversity.*

3 INSTITUTO ETHOS / INSTITUTO AKATU. *Responsabilidade social das empresas*: Percepção do consumidor brasileiro. 2005. Disponível em: <http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/PESQUISA2005%20-%20Akatu.pdf>.

O que é

Empresas e outras organizações buscam formas de comunicar o sucesso e os desafios de suas estratégias socioambientais e a coerência ética das suas operações. Um dos instrumentos que visam dar maior transparência às atividades empresariais e ampliar o diálogo da organização com a sociedade é o balanço social.

Ele pode ser definido como um relatório anual produzido voluntariamente pela empresa após um esforço de "auditoria interna" para mapear seu grau de responsabilidade social. Essa "auditoria" busca entender a gestão do empreendimento e avaliá-la, segundo critérios ambientais e socioeconômicos, nos diversos níveis: políticas de boa governança corporativa, valores, visão de futuro e desafios propostos.

O balanço social traz dados quantitativos e qualitativos que podem orientar o planejamento das atividades da empresa para o ano seguinte, além de demonstrar o andamento delas no ano anterior.

Na prática, o resultado desses esforços é um documento em que a empresa mostra, para o conjunto da sociedade, o que faz por seus profissionais, pelo meio ambiente, por seus colaboradores e pela comunidade.

O que é

Em resumo, o balanço social é:

- Um levantamento dos principais indicadores de desempenho econômico, social e ambiental da empresa e um meio de dar transparência às atividades corporativas.
- Um instrumento que amplia seu diálogo com todos os públicos com os quais ela se relaciona:
    - acionistas;
    - consumidores/clientes;
    - comunidade vizinha;
    - funcionários;
    - fornecedores;
    - governo;
    - organizações não-governamentais;
    - mercado financeiro;
    - sociedade.
- Uma ferramenta de auto-avaliação, que dá à empresa uma visão geral sobre a sua gestão.
- Uma forma de esclarecer quais os objetivos e os valores da empresa no passado, no presente e no futuro.
- O ponto de partida para o planejamento do ano seguinte.
- Um instrumento para ampliar a importância da responsabilidade social na estratégia corporativa.
- Uma forma de reunir informações sobre as expectativas e a percepção da sociedade e dos parceiros da empresa sobre seu desempenho.
- Um relato dos desafios identificados pela empresa.
- Uma coleta de evidências da habilidade da organização para lidar com os desafios futuros.

Muitos documentos apresentam informações além das definidas pelo modelo-padrão escolhido.

Tipos

Existem dois modelos-padrão de balanço social: um nacional — proposto pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) — e um internacional, sugerido pela Global Reporting Initiative (GRI). Desde 2001, o Instituto Ethos também vem produzindo e atualizando seu guia de orientação para a elaboração de balanço social. Todos visam definir as informações mínimas que devem ser publicadas para dar transparência às atividades da empresa. Outros documentos apresentam um formato definido, em geral, pela área de comunicação da companhia, e não contêm as informações exigidas por nenhum dos modelos-padrão.

1. Modelo Ibase

Lançado em 1997 pelo Ibase, inspira-se no formato dos balanços financeiros. Expõe, de maneira detalhada, os números associados à responsabilidade social da organização. Em forma de planilha, reúne informações sobre a folha de pagamentos, os gastos com encargos sociais de funcionários, a participação nos lucros. Também detalha as despesas com controle ambiental e os investimentos sociais externos nas diversas áreas — educação, cultura, saúde etc. (**Anexo I**).

2. Modelo Internacional

Embora no exterior haja tanta ou mais diversidade de balanços sociais quanto no Brasil, o modelo desenvolvido pela Global Reporting Initiative (Iniciativa Global para a Apresentação de Relatórios — GRI) tem ganhado cada vez mais importância. A GRI é uma rede internacional lançada em 1997 pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma) e pela Ceres (sigla, em inglês, da Coalition for Environmentally Responsible Economies, ou Coalizão por Economias Ambientalmente Responsáveis), entidade norte-americana que reúne 1.500 especialistas e organizações, entre elas ONGs, empresas e universidades.

Tipos

O objetivo é adotar um modelo-padrão internacional.

A missão da GRI é tornar os balanços sociais tão difundidos quanto os relatórios financeiros corporativos. Para tanto, ela se empenha em produzir e disseminar um modelo que possa ser aplicado globalmente. A importância de padronizar os balanços sociais elaborados por empresas de setores ou países diferentes é criar um instrumento que permita comparações entre elas quanto ao desempenho obtido e aos desafios e soluções encontrados.

Em 2006, a GRI lançou a terceira versão revisada das *Diretrizes para relatórios de sustentabilidade*[4], conhecida como GRI G3, publicada em português pelo Instituto Ethos, que é parte dessa iniciativa internacional e orienta as empresas a ter como referência o modelo proposto pela GRI (**Anexo III**).

3. Guia Ethos

Baseado num relato detalhado dos princípios e das ações da organização, incorpora a planilha proposta pelo Ibase e sugere um detalhamento maior do contexto da tomada de decisões, dos problemas encontrados e dos resultados obtidos (**Anexo II**).

O Instituto Ethos defende a necessidade de os balanços sociais adquirirem credibilidade e consistência comparáveis às dos balanços financeiros. Para tanto, é necessário que os seguintes princípios sejam verificados:

- **Relevância** – As informações contidas nos balanços sociais serão úteis se forem percebidas como tais por seus diferentes públicos. Por isso, a empresa deve conhecer as expectativas desses usuários.
- **Veracidade** – Neutralidade e consistência na formulação e apresentação são fundamentais para que a empresa demonstre a confiabilidade de seu balanço. Ações e resultados devem ser descritos com base em fatos e argumentos que não visem à manipulação da opinião das partes interessadas (*stakeholders*). Impactos positivos

4 GRI. *Diretrizes para relatórios de sustentabilidade*. 2006. Disponível em: <http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/documents/gri_g3_portugues.pdf>.

e negativos, diretos e indiretos devem ser apresentados de modo consistente, levando-se em conta a importância de incluir a discussão e o posicionamento da empresa sobre o assunto.

- **Clareza** – Para que o balanço social seja compreendido pelos vários públicos a que se destina, a inclusão de gráficos, termos técnicos e/ou científicos deve ser feita com cautela.
- **Comparabilidade** – A possibilidade de comparação dos dados com os de outras empresas, organizações ou mesmo entre períodos deve ser levada em conta para que o balanço social possa ser avaliado em relação aos anos anteriores ou seguintes.
- **Regularidade** – A divulgação do balanço social deve ser periódica para que possa servir de instrumento de comparação para os diversos públicos.
- **Verificabilidade** – As informações contidas no balanço social devem poder ser verificadas em auditoria, o que contribui para sua credibilidade.

Apesar da existência desses modelos, muitas empresas preferem criar formatos próprios, definidos dentro de suas estratégias de comunicação. Outras ainda adotam um cruzamento de mais de um tipo de modelo, na busca de maior transparência e qualidade.

Quando uma empresa publica um documento que não contém sequer as informações básicas sugeridas pelo Ibase, seu produto é considerado uma peça de marketing corporativo, e não um balanço social legítimo.

Embora o balanço social possa ser usado em campanhas de marketing corporativo, isso não é recomendável. As informações que constam do balanço não são, necessariamente, compatíveis com os dados que a empresa gostaria de expor numa peça de marketing. Além disso, os dois produtos destinam-se, com freqüência, a públicos distintos.

Importância

A publicação anual do balanço social é fundamental para a vida corporativa porque:

- Amplia o diálogo da organização com a sociedade — A empresa tem a oportunidade de mostrar qual o seu papel social e como encara seus compromissos diante dos recursos humanos e ambientais. Isso estabelece um clima de confiança nas suas relações com clientes, fornecedores, comunidades vizinhas, governos e organizações não-governamentais, entre outros.
- Ajuda a equipe a incorporar posturas éticas e transparentes — Os funcionários são estimulados a pensar no seu papel na implantação dos compromissos sociais da empresa. Eles participam da escolha dos projetos que serão promovidos e aumentam sua comunicação e integração com o resto da equipe.
- Serve como subsídio às negociações com os trabalhadores — Por resumir os benefícios oferecidos aos funcionários, serve de documento capaz de nortear os acordos, inclusive porque declara os objetivos futuros da empresa.
- Ajuda a estabelecer relação com seus parceiros — O processo de elaboração do balanço social envolve a realização de pesquisas de opinião e a formação de grupos de discussão, que permitem avaliar como os clientes, funcionários, fornecedores, acionistas e a comunidade em geral vêem a empresa, sua postura e seus produtos.
- Diferencia a imagem da empresa no mercado, perante clientes, financiadores e governo — As empresas que publicam balanços sociais ainda são poucas e têm, nessa prática, um diferencial.
- Ajuda a diagnosticar os desafios colocados para a empresa — O processo de elaboração do balanço social envolve o mapeamento da saúde do empreendimento, a identificação de possíveis situações de risco e a verificação da capacidade de reação da empresa.
- Permite à empresa comparar seu desempenho e suas reações com os de outras organizações — A adoção de modelos consagrados de balanço social possibilita uma rápida identificação dos contrastes entre as várias organizações.
- Amplia a eficiência dos investimentos sociais — O balanço social intensifica o planejamento e o monitoramento dos projetos.
- Integra os objetivos socioambientais ao planejamento da empresa — A responsabilidade social passa a fazer parte do gerenciamento cotidiano, demonstrando a necessidade de definição de metas e instrumentos de acompanhamento.

Como ler

Alguns aspectos dos balanços sociais são particularmente interessantes para os jornalistas. A seguir, damos algumas dicas que podem ser preciosas para quem quer ir diretamente aos pontos principais do documento:

- Entenda o contexto da empresa – É preciso saber se ela tem ações no mercado, a que setor pertence, se é filial de multinacional ou se suas atividades são voltadas para o mercado externo. O modelo adotado para a comunicação do balanço pode variar conforme a necessidade de seus públicos, como acionistas, clientes, compradores, investidores etc.
- Verifique qual o modelo adotado – A estrutura do documento deve se encaixar em algumas das categorias apresentadas anteriormente, a saber, modelo Ibase, guia Ethos, GRI, ou deve ser observado se tem outra estrutura.
- Busque dados quantitativos – Em geral, os números oferecem informações mais concretas do que os textos que detalham as ações sociais ou o material ilustrado sobre as comunidades beneficiadas.
- Compare os dados publicados com as informações do balanço social do ano anterior – Com isso, será possível não só avaliar a evolução das atividades da empresa e se ela está conseguindo cumprir suas metas, mas sobretudo identificar mudanças de investimentos e prioridades da organização.
- Quando se tratar de uma multinacional, tente obter um balanço social publicado pela matriz – Verifique se o padrão de conduta adotado no país de origem é comparável ao adotado no Brasil.
- Compare as informações do balanço social com as dos demonstrativos financeiros da empresa – O Instituto Ethos e o Ibase recomendam que ambos os documentos sejam publicados juntos. Verifique o contraste entre a riqueza gerada pela empresa nos últimos três anos com aquela distribuída por ela no mesmo período. Um dos principais elementos a ser observados no balanço financeiro – e ocasionalmente também no social – é o Demonstrativo de Valor Adicionado (DVA). O DVA é uma técnica contábil que apresenta o lucro da empresa e a forma como ele é distribuído. Deixa claro quanto da riqueza gerada ficou na própria organização (lucro líquido), quanto foi distribuído para os funcionários (salários e outros benefícios), quanto foi entregue ao governo, na forma de impostos e encargos sociais, e pode inclusive dar informações sobre quanto ficou na comunidade

(investimentos sociais e no meio ambiente). O balanço social e o financeiro estão interligados. As informações numéricas apresentadas no balanço financeiro podem ter suas explicações no social e vice-versa. O aumento ou a redução dos gastos com seguros, por exemplo, podem ser analisados à luz das informações sobre a gestão de riscos da empresa. Da mesma forma, gastos com salários e encargos podem ser relacionados aos processos de admissão, demissão ou terceirização. Outro exemplo: a elevação dos gastos com atividades de alta visibilidade pode estar associada à busca de uma compensação aos danos de imagem sofridos pela empresa.

- Observe a participação de minorias no quadro de funcionários — Sobretudo, verifique se mulheres, negros, pardos e pessoas com deficiência têm acesso a posições de destaque na empresa, ou se ocupam apenas cargos subalternos.
- Preste atenção aos dados ambientais — Verifique se o volume de efluentes líquidos, emissões gasosas e resíduos sólidos produzidos é menor que o registrado no ano anterior. Observe também se esses indicadores são compatíveis com o porte e as atividades da empresa. Se ela reduziu suas atividades, por exemplo, as emissões devem cair proporcionalmente.

Os seguintes campos, que devem estar presentes na maioria dos balanços sociais, merecem atenção especial:

- Mensagem do presidente — Deve definir os compromissos da empresa e resumir o documento. Normalmente, deve expor os sucessos obtidos e as dificuldades encontradas. É importante observar se não há contradições com as práticas efetivas da organização, uma vez que esse espaço, em geral, também é usado para apresentar os compromissos públicos da empresa.
- Perfil do empreendimento — Deve dar uma visão geral da empresa. Inclui informações sobre:
    - os produtos e serviços oferecidos — e suas marcas;
    - número de empregados;
    - data do último balanço produzido;
    - natureza dos mercados em que atua/perfil dos clientes (por exemplo, atacado/varejo, governos);

- tipo de empresa: sociedade comercial, sociedade civil, empresa pública, de responsabilidade limitada, sociedade anônima etc.;
- resultado das vendas e as receitas por país ou região;
- mudanças recentes e significativas no tamanho, estrutura, propriedade, produtos e serviços.

- A empresa — Essa parte do relatório deve ter como foco o empreendimento propriamente dito, sua evolução, seus princípios e sua visão estratégica. É onde a organização "conta sua história". Pode oferecer elementos para enriquecer a reportagem. O Instituto Ethos recomenda que a empresa use esse espaço para explicar seus principais dilemas relacionados ao negócio e à natureza do empreendimento e de que forma os administra. É aqui, então, que deve ser apresentado seu código de conduta, o que pode complementar as informações prestadas na "Mensagem do presidente".
- A atividade empresarial — É o coração do relatório. Deve detalhar como a organização dialoga com as partes interessadas e dá indicadores de seu desempenho econômico, social e ambiental. Essa seção apresenta alguns dados complementares sobre a postura ética e a visão de futuro da empresa. Mas seu maior interesse está nos indicadores de desempenho.
- Indicadores de desempenho econômico — Devem esmiuçar os impactos econômicos da empresa sobre a sociedade, como a geração e distribuição de riqueza e a evolução de sua produtividade. Também expõem o retorno dos investimentos realizados na própria organização e na comunidade.
- Indicadores de desempenho social — Devem reunir dados sobre o bem-estar da força de trabalho, os direitos dos trabalhadores e direitos humanos. É aqui que verificamos, por exemplo, se a empresa cumpre a imposição legal de oferecer creche ou auxílio-creche para filhos de funcionários, bem como se proporciona à equipe participação nos lucros.
- Indicadores de desempenho ambiental — Devem servir como instrumento importante para a realização de reportagens sobre gestão de resíduos, efluentes ou emissões gasosas. Devem levantar também os possíveis impactos das atividades da empresa sobre a água, o ar, o solo, a biodiversidade ou a saúde.

Como ler

- Anexos — Incluem informações que, se mantidas no corpo do relatório, desviariam demais a concentração do leitor. Por isso mesmo, merecem atenção especial. Em muitos casos, é nos anexos que ficam as planilhas quantitativas inspiradas no modelo proposto pelo Ibase e o detalhamento dos projetos sociais promovidos pela empresa.

Em resumo, o balanço social deve conter:

- declarações de princípios;
- metas alcançadas e metas propostas;
- desafios futuros já identificados;
- descrição geral da forma como a empresa se prepara para enfrentar os desafios.

Dicas

Sugestões para checar se o balanço social foi feito de forma criteriosa

- Verifique se a empresa criou um modelo próprio ou se adotou um padrão reconhecido pelo movimento de Responsabilidade Social Empresarial. Lembre-se de que os modelos definem de antemão as perguntas a ser respondidas. Algumas delas podem evidenciar aspectos em que a empresa não tem desempenho exemplar. Caso a companhia tenha adotado um padrão consagrado, observe se ela, de fato, respondeu a todos os quesitos — ou se "escolheu" não responder a algum. Em princípio, quanto mais completo o balanço social, mais transparente é a empresa. O GRI recomenda às companhias que não têm tradição em prestar contas socioambientais que comecem com alguns tópicos, acrescentando outros nos anos seguintes.
- Se a empresa adotou o modelo Ibase, compare o balanço apresentado com a planilha oficial do Instituto.
- Observe se o balanço social foi publicado junto com os demonstrativos financeiros, o que garante maior transparência das informações. Verifique também se ele inclui o Demonstrativo de Valor Adicionado, que fornece detalhes sobre o destino dado pela empresa ao dinheiro obtido com suas atividades. Sua presença no balanço social de uma empresa de capital fechado — que não tem ações comercializadas em Bolsa de Valores — evidencia uma disposição de divulgar informações não-obrigatórias. Por isso mesmo, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e a Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec) têm defendido sua inclusão sistemática nos balanços sociais.
- Verifique se o balanço social incorpora contribuições provenientes da relação com partes envolvidas, e não apenas a direção da empresa — funcionários, comunidade vizinha, acionistas, fornecedores, clientes, ONGs, entre outros.
- Descubra se o balanço social incorpora sugestões das partes envolvidas — funcionários, comunidade vizinha, acionistas, fornecedores, clientes, entre outros.

A história

Os anos 70 marcam as primeiras experiências de elaboração de balanços sociais. Em 1977, a França baixou uma lei determinando que empresas com mais de 750 funcionários publicassem balanços anuais de suas relações com os trabalhadores.

No ano seguinte, o Brasil entrou no debate, por iniciativa do Instituto de Desenvolvimento Empresarial – hoje rebatizado de Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides). Após uma série de discussões sobre o papel das empresas no desenvolvimento da sociedade, a entidade sugeriu a promoção dos balanços sociais. Dois anos depois, a Fides promoveu um seminário internacional pioneiro sobre o tema. Em 1984, a indústria química Nitrofértil produziu o primeiro balanço social brasileiro, mas distribuído apenas ao seu público interno.

Entretanto, a prática só começou a se difundir, de fato, no mundo, a partir do fim dos anos 80. Na época, a Copenhagen Business School desenvolveu um modelo de "contabilidade ética" para o banco dinamarquês Sbn. O modelo chegou a ser adotado por mais de 50 empresas escandinavas. Além de mapear a performance social da organização, buscava alinhar seus valores com os das partes interessadas. Assim, permitia que funcionários e clientes, entre outros, sugerissem mudanças nas políticas corporativas do banco e comentassem seus gastos.

No mesmo período, os Estados Unidos ganharam seu primeiro modelo de balanço social, proposto por Paul Hawken — dirigente da TNS International, fundação com fins educacionais que incentiva as empresas a adotar políticas de sustentabilidade ambiental. O modelo de Hawken ajudou a mudar a cultura corporativa da rede de sorveterias Ben & Jerry's, que ficou famosa por sua política de responsabilidade social. Originalmente concebido como um instrumento administrativo, elaborado pelos próprios empreendedores, esse tipo de balanço buscava atestar que a companhia estava atingindo seus objetivos sociais. O documento passou a integrar o balanço financeiro anual da empresa a partir de 1988. Só posteriormente a Ben & Jerry's adotou auditorias externas.

Em meados dos anos 90, a New Economics Foundation, uma organização britânica de pesquisas sem fins lucrativos, desenvolveu um modelo batizado de "auditoria social", que foi aplicado na Traidcraft — rede de lojas que vendem produtos artesanais do mundo inteiro — e na rede de cosméticos The Body Shop. Mais detalhado e quantitativo que o modelo lançado pela Ben & Jerry's, previa a realização de auditorias externas e independentes. Também mapeava como funcionários, fornecedores, clientes, acionistas e projetos filantrópicos favorecidos pelo grupo viam a atuação da empresa.

Panorama internacional

Os balanços sociais adotaram características variadas nos diferentes países

País	Enfoque
Estados Unidos	Ênfase para os consumidores/clientes e a sociedade em geral; qualidade dos produtos, controle da poluição, contribuição da empresa para obras culturais, transportes coletivos e outros benefícios à coletividade; abordagem de caráter ambiental.
Holanda	Informações sobre as condições de trabalho.
Suécia	Informações para os empregados.
Alemanha	Condições de trabalho e aspectos ambientais.
Inglaterra	Ênfase no conceito de *stakeholders*, relatórios abrangentes.
França	Informações para os empregados; nível de emprego, remuneração, condições de trabalho e formação profissional.

No Brasil, a discussão deslanchou, de fato, em 1997, quando o sociólogo Herbert de Souza, Betinho, então presidente do Ibase, lançou uma campanha pela divulgação voluntária do balanço social e propôs um modelo simplificado de auto-avaliação das práticas das organizações. Nascem, então, os balanços sociais como os conhecemos hoje, voltados também para o público externo das empresas. O Ibase foi a primeira organização não-governamental a publicar o próprio balanço.

Desde sua criação, em 1998, o Instituto Ethos participa do debate sobre o balanço social como instrumento de gestão de práticas empresariais socialmente responsáveis. Em 2001, lançou o *Guia de elaboração de relatório e balanço anual de responsabilidade social empresarial*, uma ferramenta que propõe um modelo de relatório de responsabilidade social que ajuda as empresas interessadas em promover um autodiagnóstico de sua postura ética e seu grau de responsabilidade social.

Em 2002, foi criado o Prêmio Balanço Social, que tem como objetivos estimular a produção de balanços sociais, difundir sua importância como instrumento de transparência das ações empresariais e gerar referência de práticas de excelência socialmente responsáveis. A iniciativa é desenvolvida conjuntamente pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), pela Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec), pela Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides), pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase). Em 2002, 170 balanços sociais foram inscritos no prêmio. A edição de 2003 contou com a participação de 152 empresas; a de 2004, com 167; a de 2005, com 166, e a de 2006, com 69 empresas inscritas (ver www.premiobalancosocial.org.br).

Várias outras iniciativas nacionais buscam ressaltar os melhores balanços sociais publicados no país. Entre elas está o Selo Balanço Social Ibase/Betinho, que destaca relatórios que seguem o padrão proposto pela entidade carioca. O selo pode ser exibido em documentos, embalagens, produtos e na papelaria das empresas contempladas, mas é negado a fabricantes de cigarros, armas e munições e bebidas alcoólicas ou a organizações que estejam envolvidas com a exploração de trabalho infantil.

Anexo I

Demonstrativo do modelo Ibase

1) Base de Cálculo	2006 Valor (Mil reais)			2005 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 saúde 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						
Esporte						
Combate à fome e segurança alimentar						
Outros						
Total das contribuições para a sociedade						
Tributos (excluídos encargos sociais)						
Total – Indicadores sociais externos						

continua

continuação

4) Indicadores Ambientais	Valor (mil R$)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil R$)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa						
Investimentos em programas e/ou projetos externos						
Total dos investimentos em meio ambiente						
Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	( ) não possui metas	( ) cumpre de 0 a 50%	( ) cumpre de 51 a 75%	( ) cumpre de 76 a 100%	( ) não possui metas	( ) cumpre de 0 a 50%	( ) cumpre de 51 a 75%	( ) cumpre de 76 a 100%
5) Indicadores do Corpo Funcional						
Nº de empregados(as) ao final do período						
Nº de admissões durante o período						
Nº de empregados(as) terceirizados(as)						
Nº de estagiários(as)						
Nº de empregados(as) acima de 45 anos						
Nº de mulheres que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por mulheres						
Nº de negros(as) que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)						
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais						

continua

Anexo I

continuação

6) Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2006			Metas 2007		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa						
Nº total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	( ) direção	( ) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)	( ) direção	( ) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	( ) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)	( ) todos(as) + Cipa	( ) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)	( ) todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	( ) não se envolve	( ) segue as normas da OIT	( ) incentiva e segue a OIT	( ) não se envolverá	( ) seguirá as normas da OIT	( ) incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	( ) direção	( ) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)	( ) direção	( ) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)
A participação nos lucros ou resultados contempla:	( ) direção	( ) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)	( ) direção	( ) direção e gerências	( ) todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	( ) não são considerados	( ) são sugeridos	( ) são exigidos	( ) não serão considerados	( ) serão sugeridos	( ) serão exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	( ) não se envolve	( ) apóia	( ) organiza e incentiva	( ) não se envolverá	( ) apoiará	( ) organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa _____	no Procon _____	na Justiça _____	na empresa _____	no Procon _____	na Justiça _____
% de reclamações e críticas solucionadas:	na empresa _____%	no Procon _____%	na Justiça _____%	na empresa _____%	no Procon _____%	na Justiça _____%
Valor adicionado total a distribuir (em mil R$):	Em 2006:			Em 2005:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	___% governo ___% acionistas ___% retido	___% colaboradores(as) ___ % terceiros		___% governo ___% acionistas ___% retido	___% colaboradores(as) ___ % terceiros	
7) Outras informações						

Mais informações, consulte www.balancosocial.org.br.

Anexo II

Estrutura de balanço social proposta pelo Instituto Ethos

PARTE 1 — APRESENTAÇÃO

1. **Mensagem do Presidente**
2. **Perfil do Empreendimento**
3. **Setor da Economia**

PARTE 2 — A EMPRESA

4. **Histórico**
5. **Missão e Visão**
6. **Princípios e Valores**
7. **Estrutura e Funcionamento**
8. **Governança Corporativa**

PARTE 3 — A ATIVIDADE EMPRESARIAL

9. **Diálogo com Partes Interessadas**
10. **Indicadores de Desempenho**

Aspectos qualitativos: descrição de resultados e práticas de gestão que representam indicadores de desempenho em responsabilidade social.

Indicadores quantitativos: resultados mensuráveis e monitorados apresentados em números.

Outros indicadores sugeridos: informações de indicadores tanto descritivos como quantitativos.

10.1. Indicadores de desempenho econômico

Aspectos qualitativos

- Impactos por meio da geração e distribuição de riqueza; resultados oriundos da produtividade; procedimentos, critérios e retornos de investimentos realizados na própria empresa e na comunidade.

Indicadores quantitativos

I. Geração e distribuição de riqueza
II. Produtividade
III. Investimentos

Outros indicadores sugeridos

- Efeitos/impactos econômicos decorrentes da abertura, transferência ou fechamento de unidades da empresa; valores envolvidos na terceirização de processos e serviços; investimentos visando melhora de desempenho da cadeia produtiva (fornecedores, distribuidores etc.); desempenho da empresa no cumprimento de contratos com fornecedores.

10.2. Indicadores de desempenho social

I. Público Interno

1. Diálogo e Participação

1.1. Relação com sindicatos

Aspectos qualitativos

- Descrição da política de relacionamento e negociações com as entidades sindicais visando solucionar demandas dos trabalhadores e consolidar a prática de interlocução transparente com essas entidades, em torno de objetivos compartilhados.
- Conquistas obtidas.
- Desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Número de greves (2004, 2005 e 2006).

1.2. Gestão participativa

Aspectos qualitativos

- Descrição de política de gestão participativa que incentive o envolvimento dos empregados na solução dos problemas e desafios da empresa.
- Conquistas obtidas.
- Desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Número de inovações/melhorias implantadas a partir de sugestões de empregados (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de representantes dos empregados que participam de comitês de gestão ou nas decisões estratégicas (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

2. Respeito ao Indivíduo

2.1. Compromisso com os direitos das crianças

Aspectos qualitativos

- Descrição de políticas e programas que visem garantir os direitos das crianças, sua sobrevivência, desenvolvimento, proteção e participação.
- Descrição de políticas de não-contratação e combate à mão-de-obra infantil na empresa e na cadeia produtiva.
- Descrição de programas de contratação de aprendizes.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho e Emprego com relação ao uso de mão-de-obra infantil (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de menores aprendizes (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

2.2. Trabalho forçado ou análogo ao escravo

Aspectos qualitativos

- Descrição de políticas de não-contratação e combate ao trabalho análogo ao escravo na empresa e na cadeia produtiva.
- Descrição de projetos articulados, isoladamente ou em conjunto com o governo ou outras organizações, programas e atividades que visem erradicar o trabalho forçado de forma geral.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho e Emprego com relação ao uso de trabalho forçado (ou análogo ao escravo) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

2.3. Valorização da diversidade e promoção da eqüidade racial e de gênero

Aspectos qualitativos

- Descrição da política e dos mecanismos formais existentes de valorização da diversidade e combate a todas as formas de discriminação negativa.
- Descrição de projetos/programas para melhorar a oferta de profissionais qualificados provenientes de grupos usualmente discriminados no mercado de trabalho, como negros (pretos e pardos), mulheres, indivíduos com idade superior a 45 anos, desempregados há mais de dois anos, portadores de deficiência física ou mental e ex-detentos.
- Descrição de programas de contratação, promoção e mobilidade interna com critérios que contemplem a promoção da eqüidade racial e a promoção da eqüidade de gênero.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

I. Perfil dos empregados (dados do ano corrente).
II. Perfil de salários (salário médio no ano corrente).

3. Trabalho Decente

3.1. Política de remuneração, benefícios e carreira

Aspectos qualitativos

- Descrição das políticas de carreira e das ações de estímulo aos empregados por meio de remuneração e benefícios.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

3.2. Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho

Aspectos qualitativos

- Descrição da política empresarial na busca por padrões internacionais de cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho, incluindo certificações e uso de ferramentas como SA8000, OHSAS etc.
- Descrição de programas que visem o equilíbrio social e emocional dos empregados, inclusive terceirizados, tais como: programa específico para a saúde da mulher, política de privacidade de informações sensíveis sob responsabilidade da área de recursos humanos, processos formais de combate ao assédio moral e ao assédio sexual, combate ao estresse, compensação de horas extras inclusive para cargos executivos etc.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Média de horas extras por empregado/ano (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Média de acidentes de trabalho por empregado/ano (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Índice de absenteísmo (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual dos acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou de prestadores de serviço (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual dos acidentes que resultaram em mutilação ou outros danos à integridade física de empregados e/ou de prestadores de serviço, com afastamento permanente do cargo, incluindo LER (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual dos acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

3.3. Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade

Aspectos qualitativos

- Descrição de políticas e programas de investimentos em capacitação e desenvolvimento profissional dos empregados e fortalecimento da empregabilidade.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de estagiários na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de analfabetos na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de mulheres analfabetas na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de mulheres com Ensino Fundamental (1ª a 4ª série) na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de mulheres com Ensino Fundamental (5ª a 8ª série) na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

- Percentual de mulheres com Ensino Médio na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de mulheres com Ensino Superior completo na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de homens analfabetos na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de homens com Ensino Fundamental (1ª a 4ª série) na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de homens com Ensino Fundamental (5ª a 8ª série) na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de homens com Ensino Médio na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de homens com Ensino Superior completo na força de trabalho (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

3.4. Relações com trabalhadores terceirizados

Aspectos qualitativos

- Descrição da política de relacionamento com trabalhadores terceirizados.
- Descrição das políticas e procedimentos de exigência para que os trabalhadores terceirizados tenham condições semelhantes às de seus próprios empregados.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Total de empregados (mulheres e homens) terceirizados (2004, 2005 e 2006).
- Percentual de empregados terceirizados em relação ao total da força de trabalho (2004, 2005 e 2006).

Do universo de trabalhadores terceirizados

- Percentual de mulheres em relação ao total de trabalhadores terceirizados (2004, 2005 e 2006).
- Percentual de mulheres negras (pretas e pardas) em relação ao total de trabalhadores terceirizados (2004, 2005 e 2006).
- Percentual de homens negros (pretos e pardos) em relação ao total de trabalhadores terceirizados (2004, 2005 e 2006).
- Percentual de pessoas com deficiência (2004, 2005 e 2006).
- Percentual de pessoas acima de 45 anos (2004, 2005 e 2006).

Nesse universo de trabalhadores terceirizados

- Salário médio mensal de mulheres brancas – em reais (2004, 2005 e 2006).
- Salário médio mensal de mulheres negras – em reais (2004, 2005 e 2006).
- Salário médio mensal de homens brancos – em reais (2004, 2005 e 2006).
- Salário médio mensal de homens negros – em reais (2004, 2005 e 2006).

3.5. Comportamento frente a demissões

Aspectos qualitativos

- Descrição de política/critérios de demissão que sustentam as decisões quando da necessidade de redução de pessoal, tais como transparência no processo, avaliação

socioeconômica para definição de prioridades, financiamento para recapacitação e recolocação, manutenção de benefícios etc.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Número de empregados no final do período (2004, 2005 e 2006).
- Total do passivo trabalhista no fim do período (2004, 2005 e 2006).
- Total de processos trabalhistas em aberto no fim do período (2004, 2005 e 2006).
- Número total de demissões no período (2004, 2005 e 2006).
- Número total de admissões no período (2004, 2005 e 2006).
- Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos (2004, 2005 e 2006).

3.6. Preparação para aposentadoria

Aspectos qualitativos

- Descrição de programa formal de preparação para a aposentadoria, por meio do qual oferece oportunidades de aproveitamento da capacidade de trabalho dos aposentados e previdência privada.
- Descrição de programas de orientação e aconselhamento (coletiva e individual) para aposentadoria, discutindo aspectos psicológicos e de planejamento financeiro.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Número de beneficiados pelo programa de preparação para aposentadoria (2004, 2005 e 2006).
- Número de lideranças e chefias treinadas quanto à questão do impacto emocional da aposentadoria e importância da preparação do empregado (2004, 2005 e 2006).

II. Fornecedores

1. Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores

1.1. Critérios de seleção e avaliação de fornecedores

Aspectos qualitativos

- Descrição da política e dos critérios utilizados na escolha de seus fornecedores, tais como exigências por padrões de conduta nas relações com os trabalhadores ou com o meio ambiente que contribuam com o desenvolvimento sustentável do planeta.
- Descrição da política de disseminação de seus valores pela cadeia de fornecedores e empresas parceiras.
- Descrição da política de incentivo de seus fornecedores e parceiros a aderir aos compromissos que a empresa adota perante a sociedade.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Total de fornecedores (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de fornecedores por porte (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

- Treinamentos, cursos, palestras ou reuniões sobre práticas de responsabilidade social oferecidas aos fornecedores (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de fornecedores que receberam visitas de inspeção de práticas de responsabilidade social (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Total pago por bens, materiais e serviços adquiridos no período (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

1.2. Apoio ao desenvolvimento de fornecedores

Aspectos qualitativos

- Descrição da política de auxílio no desenvolvimento de micro e pequenas empresas, priorizando-as na escolha de seus fornecedores e auxiliando-as a desenvolver seus processos produtivos e de gestão.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Número de capacitações oferecidas aos fonecedores (pequenas e microempresas) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

III. Consumidores e Clientes

1. Dimensão Social do Consumo

1.1. Política de comunicação comercial

Aspectos qualitativos

- Descrição da política de comunicação comercial e seu alinhamento com os valores e princípios da empresa.
- Descrição de políticas específicas de comunicação voltadas ao público infanto-juvenil.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor (2004, 2005, 2006 e meta 2007):

- Quantidade de processos administrativos (Procon, Ipem, Vigilância Sanitária).
- Quantidade de processos judiciais (cíveis e criminais) recebidos.

Outros indicadores sugeridos

- Cuidados com informações contidas em rótulos, embalagens, bulas e outros materiais de comunicação.
- Iniciativas de transformação da política de marketing da empresa em um canal aberto de comunicação e educação dos consumidores/clientes.
- Situações envolvendo o Código de Defesa do Consumidor.

1.2. Excelência do atendimento

Aspectos qualitativos

- Descrição da política de relacionamento com clientes e consumidores.

- Descrição da política de atendimento a clientes e consumidores.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Vendas líquidas (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Total de consumidores ou clientes (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Total de ligações atendidas pelo SAC (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Tempo médio de espera no telefone do SAC até o início do atendimento (em minutos) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Quantidade de inovações implantadas em razão da interferência do ouvidor e/ou do serviço de atendimento ao consumidor/cliente (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

Outros indicadores sugeridos

- Iniciativas junto a fornecedores, distribuidores e assistência técnica, visando criar uma cultura de respeito e valorização dos consumidores.
- Programas de treinamento contínuo para profissionais de atendimento.
- Sistemas internos de resposta e atuação na ocorrência de danos para consumidores/clientes.

1.3. Conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços

Aspectos qualitativos

- Descrição dos processos de gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Número de processos sofridos por não-cumprimento de regulamentação relacionados à saúde e segurança do consumidor/cliente (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de produtos retirados do mercado por pressão de clientes/consumidores ou órgãos de defesa (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de produtos/serviços proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de melhorias implementadas com o objetivo de oferecer produtos e serviços mais seguros (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

Outros indicadores sugeridos

- Programas de gerenciamento da privacidade do cliente.
- Cuidados no aperfeiçoamento contínuo de produtos e serviços visando eficiência na utilização de matérias-primas, segurança no uso e descarte adequado.

IV. Comunidade

1. Relações com a Comunidade Local

1.1. Gerenciamento do impacto na comunidade de entorno e relacionamento com organizações locais

Aspectos qualitativos

- Descrição da política de relacionamento com a comunidade.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Número de reclamações da comunidade de entorno por impactos causados pelas atividades da empresa (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de melhorias implantadas nos processos da empresa a partir das reclamações da comunidade (2004, 2005, 2006 e meta 2007)

2. Ação Social

2.1. Envolvimento e financiamento da ação social

Aspectos qualitativos

- Descrição da política e estrutura de governança e financiamento da ação social da empresa.
- Descrição da estratégia para valorização e qualificação de projetos sociais beneficiados pela empresa.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Percentual do faturamento bruto destinado à ação social (não incluir obrigações legais, tributos, nem benefícios vinculados à condição de empregados da empresa (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Do total destinado à ação social, percentual correspondente à doação em produtos (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Do total destinado à ação social, percentual correspondente a doações em espécie (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Do total destinado à ação social, percentual correspondente a investimentos em projeto social próprio (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Do total destinado à ação social, percentual correspondente à publicidade (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual de empregados que realizam trabalhos voluntários na comunidade externa à empresa (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Quantidade de horas mensais doadas (liberadas do horário normal de trabalho) pela empresa para trabalho voluntário de funcionários (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

Outros indicadores sugeridos

- Mecanismos de inclusão das ações sociais no planejamento estratégico da empresa.
- Participação junto a outras empresas na discussão de problemas comunitários e no encaminhamento de soluções.
- Mecanismos de avaliação do impacto social de seus investimentos e projetos sociais com *feedback* ou participação de beneficiários.

V . Governo e Sociedade

1. Transparência Política

1.1. Contribuições para campanhas políticas

- Descrição da política e dos procedimentos para a doação para partidos políticos.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

1.2. Práticas anticorrupção e antipropina

- Descrição da política de combate à corrupção e propina.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

2. Liderança Social

2.1. Liderança e influência social

Aspectos qualitativos

- Descrição da política de participação em associações, sindicatos e fóruns empresariais, impulsionando a elaboração conjunta de propostas de interesse público e caráter social.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

2.2. Participação em projetos sociais governamentais

Aspectos qualitativos

- Descrição da política de participação em projetos e ações governamentais e iniciativas voltadas para o aperfeiçoamento de políticas públicas na área social.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

3. Relações Transparentes com a Sociedade

3.1. Relações com a concorrência

Aspectos qualitativos

- Descrição das políticas de relacionamento com a concorrência (ou organizações do mesmo propósito), com apresentação das respectivas ações de prevenção e combate a práticas de concorrência desleal.
- Descrição das regras dessas políticas que tratem do posicionamento da empresa em relação às seguintes questões: pirataria, sonegação fiscal, contrabando, adulteração de produtos e marcas.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

VI. Indicadores de Desempenho Ambiental

1. Responsabilidade Frente às Gerações Futuras

1.1. Comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade ambiental

Aspectos qualitativos

- Descrição da política/processos para desenvolvimento de projetos e investimentos

visando a sustentabilidade ambiental do negócio da empresa e ações compensatórias pelo uso de recursos naturais e pelo impacto causado por suas atividades.

- Descrição de programa de pesquisa e desenvolvimento voltado para o uso de fontes de energia renovável.
- Descrição da política de atuação em áreas de preservação ambiental.
- Participação em comitês/conselhos locais ou regionais para discussão da questão ambiental com o governo e com a comunidade.
- Protocolo de Quioto: processos e resultados alcançados quanto aos volumes de gases do efeito estufa emitidos na atmosfera, tais como CO^2 e metano.
- Protocolo de Montreal (sobre a destruição da camada de ozônio): processos e resultados alcançados no sentido de reduzir os volumes emitidos na atmosfera de gases nocivos à camada de ozônio, como o CFC.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (em reais) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

1.2. Educação e conscientização ambiental

Aspectos qualitativos

- Descrição de campanhas, projetos e programas educativos voltados para seus empregados, para a comunidade e para públicos mais amplos e envolvimento em iniciativas de fortalecimento da educação ambiental no âmbito da sociedade como um todo.
- Descrição de campanhas de conscientização ambiental, 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.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Número de empregados treinados nos programas de educação ambiental (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de campanhas realizadas para fortalecimento da educação ambiental na sociedade (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual do faturamento bruto investido em iniciativas de educação ambiental.

2. Gerenciamento do Impacto Ambiental

2.1. Gerenciamento do impacto no meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços

Aspectos qualitativos

- Descrição da política de relacionamento com os órgãos de fiscalização, com vistas à melhoria do sistema de proteção ambiental.
- Descrição da política que fundamenta o controle no processo produtivo com o objetivo de prever, minimizar ou eliminar os potenciais agentes poluidores do ar, da água e do solo. São aspectos importantes o desenvolvimento e a utilização de insu-

mos, 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.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Quantidade média de incidentes, autuações e/ou multas por violação das normas de proteção ambiental de baixa, média e alta gravidade (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de horas de treinamento por ano para situações de emergência ambiental (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Número de autuações e/ou multas ambientais (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual do faturamento bruto investido em estudos da cadeia produtiva de produtos ou serviços (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Melhorias implantadas nos processos operacionais existentes com o objetivo de prever, minimizar ou eliminar os potenciais agentes poluidores do ar, da água e do solo (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Quantidade total de resíduos destinados adequadamente (pilhas, baterias, solventes, metais pesados, embalagens de agrotóxicos, óleos) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

2.2. Sustentabilidade da economia florestal

Aspectos qualitativos

- Descrição das políticas e programas de verificação da origem e da cadeia de produção de insumos madeireiros e florestais utilizados em sua operação diária e/ou processo produtivo.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Total de visitas realizadas para monitoramento da origem dos insumos (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Quantidade de insumos utilizados na operação diária ou no processo produtivo com origem verificada (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Quantidade de insumos utilizados na produção diária ou no processo produtivo com cadeia produtiva certificada (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

2.3. Minimização de entradas e saídas de materiais na empresa

Aspectos qualitativos

- Descrição da política de atuação ambientalmente responsável da empresa com foco no cuidado com as entradas e saídas de materiais de seu processo produtivo. Os principais parâmetros de entradas, comuns a todas as empresas, são 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. 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.

- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos

- Total investido em programas de melhoria ambiental (em reais) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental (em reais) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Percentual do faturamento bruto gasto em programas de eficiência energética (em reais) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Consumo anual de energia (em kWh) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Consumo anual de combustíveis fósseis: gasolina/diesel (em litros), óleo combustível (em toneladas), gás – GLP/GN (em m^3) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Consumo anual de água (em m^3) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Volume médio anual de CO^2 e outros gases do efeito estufa emitidos na atmosfera (em toneladas) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).
- Quantidade anual (em toneladas) de resíduos sólidos gerados (lixo, dejetos, entulho etc.) (2004, 2005, 2006 e meta 2007).

PARTE 4 — ANEXOS

11. Demonstrativo do Balanço Social modelo Ibase
12. Iniciativas de Interesse da Sociedade – Projetos Sociais
13. Notas Gerais

Mais informações: consulte www.ethos.org.br

Anexo III

Estrutura básica de balanço social proposta pela Global Reporting Initative (GRI 3)

Perfil

1. Estratégia e Análise

1.1. Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão na organização (como diretor-presidente, presidente do conselho de administração ou cargo equivalente) sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia.

1.2. Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.

2. Perfil Organizacional

2.1. Nome da organização.

2.2. Principais marcas, produtos e/ou serviços.

2.3. Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e *joint ventures*.

2.4. Localização da sede da organização.

2.5. Número de países em que a organização opera e nome dos países em que suas principais operações estão localizadas ou são especialmente relevantes para as questões de sustentabilidade cobertas pelo relatório.

2.6. Tipo e natureza jurídica da propriedade.

2.7. Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários).

2.8. Porte da organização, incluindo: número de empregados; vendas líquidas (para organizações do setor privado) ou receita líquida (para organizações do setor público); capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido (para organizações do setor privado); quantidade de produtos ou serviços oferecidos.

2.9. Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referentes a porte, estrutura ou participação acionária, incluindo localização ou mudanças nas operações, inclusive abertura, fechamento e expansão de unidades operacionais; mudanças na estrutura do capital social e outra formação de capital, manutenção ou alteração nas operações (para organizações do setor privado).

2.10. Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório.

3. Parâmetros para o Relatório

Perfil do relatório

3.1. Período coberto pelo relatório (como ano contábil/civil) para as informações apresentadas.

3.2. Data do relatório anterior mais recente (se houver).

3.3. Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal etc.).

3.4. Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo.

Escopo e limite do relatório

3.5. Processo para a definição do conteúdo do relatório, incluindo determinação da materialidade, priorização de temas dentro do relatório, identificação de quais *stakeholders* a organização espera que usem o relatório.

3.6. Limite do relatório (como países, divisões, subsidiárias, instalações arrendadas, *joint ventures*, fornecedores).

3.7. Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório.

3.8. Base para a elaboração do relatório no que se refere a *joint ventures*, subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras organizações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizações.

3.9. Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos, incluindo hipóteses e técnicas, que sustentam as estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e outras informações do relatório.

3.10. Explicação das conseqüências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (como fusões ou aquisições, mudança no período ou ano-base, na natureza do negócio, em métodos de medição).

3.11. Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório.

Sumário de conteúdo da GRI

3.12. Tabela que identifica a localização das informações no relatório.

Verificação

3.13. Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório. Se a verificação não for incluída no relatório de sustentabilidade, é preciso explicar o escopo e a base de qualquer verificação externa fornecida, bem como a relação entre a organização relatora e o(s) auditor(es).

4. Governança, Compromissos e Engajamento

Governança

4.1. Estrutura de governança da organização, incluindo comitês sob o mais alto órgão de governança responsável por tarefas específicas, tais como estabelecimento de estratégia ou supervisão da organização.

4.2. Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança também seja um diretor executivo (e, se for o caso, suas funções dentro da administração da organização e as razões para tal composição).

4.3. Para organizações com uma estrutura de administração unitária, declaração do número de membros independentes ou não-executivos do mais alto órgão de governança.

4.4. Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança.

4.5. Relação entre remuneração para membros do mais alto órgão de governança, diretoria executiva e demais executivos (incluindo acordos rescisórios) e o desempenho da organização (incluindo desempenho social e ambiental).

4.6. Processos em vigor no mais alto órgão de governança para assegurar que conflitos de interesse sejam evitados.

4.7. Processo para determinação das qualificações e conhecimento dos membros do mais alto órgão de governança para definir a estratégia da organização para questões relacionadas a temas econômicos, ambientais e sociais.

4.8. Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes para o desempenho econômico, ambiental e social, assim como o estágio de sua implementação.

4.9. Procedimentos do mais alto órgão de governança para supervisionar a identificação e gestão por parte da organização do desempenho econômico, ambiental e social, incluindo riscos e oportunidades relevantes, assim como a adesão ou conformidade com normas acordadas internacionalmente, códigos de conduta e princípios.

4.10. Processos para a auto-avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança, especialmente com respeito ao desempenho econômico, ambiental e social.

Compromissos com iniciativas externas

4.11. Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução.

4.12. Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente, de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.

4.13. Participação em associações (como federações de indústrias) e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa em que a organização: possui assento em grupos responsáveis pela governança corporativa; integra projetos ou comitês; contribui com recursos de monta além da taxa básica como organização associada; considera estratégica sua atuação como associada.

Engajamento dos stakeholders

4.14. Relação de grupos de *stakeholders* engajados pela organização, como: comunidades, sociedade civil, clientes, acionistas e provedores de capital, fornecedores, empregados, outros trabalhadores e seus sindicatos.

4.15. Base para a identificação e seleção de *stakeholders* com os quais se engajar.

4.16. Abordagens para o engajamento dos *stakeholders*, incluindo a freqüência do engajamento por tipo e por grupos de *stakeholders*.

4.17. Principais temas e preocupações que foram levantados por meio do engajamento dos *stakeholders* e que medidas a organização tem adotado para tratá-los.

5. Forma de Gestão e Indicadores de Desempenho

A seção referente aos indicadores de desempenho de sustentabilidade está organizada nas categorias econômica, ambiental e social. Os indicadores sociais são subdivididos nas seguintes categorias: práticas trabalhistas, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto. Cada categoria inclui informações sobre a forma de gestão e um conjunto correspondente de indicadores de desempenho essenciais e adicionais.

Desempenho econômico

- Informações sobre a forma de gestão
- Objetivos e desempenho
- Política
- Outras informações contextuais

Indicadores de desempenho econômico

Aspectos

- Desempenho econômico
- Presença no mercado
- Impactos econômicos indiretos

Desempenho ambiental

- Informações sobre a forma de gestão
- Objetivos e desempenho
- Política
- Responsabilidade organizacional
- Treinamento e conscientização
- Monitoramento e acompanhamento
- Outras informações contextuais

Indicadores de desempenho ambiental

Aspectos

- Materiais
- Energia
- Água
- Biodiversidade
- Emissões, efluentes e resíduos
- Produtos e serviços
- Conformidade
- Transporte
- Geral

Desempenho social

Práticas trabalhistas e *trabalho decente*

- Informações sobre a forma de gestão
- Objetivos e desempenho
- Política
- Responsabilidade organizacional
- Treinamento e conscientização
- Monitoramento e acompanhamento
- Outras informações contextuais

Indicadores de desempenho referentes a práticas trabalhistas e trabalho decente

Aspectos

- Emprego
- Relações entre os trabalhadores e a governança
- Saúde e segurança no trabalho
- Treinamento e educação
- Diversidade e igualdade de oportunidades

Direitos humanos

- Informações sobre a forma de gestão
- Objetivos e desempenho
- Política
- Responsabilidade organizacional
- Treinamento e conscientização
- Monitoramento e acompanhamento
- Outras informações contextuais

Indicadores de desempenho referentes a direitos humanos

Aspectos

- Práticas de investimento e de processos de compra
- Não-discriminação
- Liberdade de associação e negociação coletiva
- Trabalho infantil
- Trabalho forçado ou análogo ao escravo
- Práticas de segurança
- Direitos indígenas

Sociedade

- Informações sobre a forma de gestão
- Objetivos e desempenho
- Política
- Responsabilidade organizacional
- Treinamento e conscientização
- Monitoramento e acompanhamento
- Outras informações contextuais

Indicadores de desempenho referentes à sociedade

Aspectos

- Comunidade
- Corrupção
- Políticas públicas
- Concorrência desleal
- Conformidade

Responsabilidade pelo produto

- Informações sobre a forma de gestão

- Objetivos e desempenho
- Política
- Responsabilidade organizacional
- Treinamento e conscientização
- Monitoramento e acompanhamento
- Outras informações contextuais

Indicadores de desempenho referentes à responsabilidade pelo produto

Aspectos

- Saúde e segurança do cliente
- Rotulagem de produtos e serviços
- Comunicações de marketing
- Conformidade
- *Compliance*

O documento *Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade GRI G3* pode ser acessado no site www.ethos.org.br, na seção Publicações Ethos/Guias.

Fontes

A

Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec)
www.apimec.com.br

Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje)
www.aberje.com.br

Acción Empresarial
www.accionempresarial.cl

B

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)
www.bndes.gov.br/conhecimento/relato/social02.pdf

Business Impact
www.business-impact.org

Business for Social Responsibility (BSR)
www.bsr.org

C

Centro de Estudos de Ética nas Organizações (Cene)
www.fgvsp.br/cene

Center for Ethics and the Professions
www.ethics.harvard.edu

Coalition for Environmentally Responsible Economies (Ceres)
www.ceres.org

Conference Board
www.conference-board.org

Corporate Social Responsibility in Europe (CSR Europe)
www.csreurope.org

Corporate Social Responsibility Forum (CSR)
www.csrforum.com

Council for Ethics in Economics (CEE)
www.businessethics.org

D

Dow Jones Sustainability Indexes
www.sustainability-indexes.com

E

Empresa
www.empresa.org

Ethics and Compliance Officer Association (Ecoa)
www.theecoa.org

Ethics Resource Center
www.ethics.org

F

Families and Work Institute
www.familiesandwork.org

Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides)
www.fides.org.br

Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe)
www.fipe.com.br

Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Seade)
www.seade.gov.br

Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef)
www.unicef.org

G

Greenbiz.com
www.greenbiz.com

Global Compact
www.unglobalcompact.org

Global Ethics
www.globalethics.org

Global Reporting Initiative (GRI)
www.globalreporting.org

Grupo de Institutos Fundações e Empresas (Gife)
www.gife.org.br

I

Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase)
www.ibase.org.br

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)
www.ibge.gov.br

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
www.ethos.org.br

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC)
www.ibgc.org.br

Institute of Social & Ethical AccountAbility
www.accountability.org.uk

Interfaith Center on Corporate Responsibility (ICCR)
www.iccr.org/

Investor Responsibility Research Center
www.irrc.org

O

Observatório Social
www.observatoriosocial.org.br

Organização Internacional do Trabalho (OIT)
www.ilo.org

P

Prêmio Balanço Social
www.premiobalancosocial.org.br

The Prince of Wales Business Leaders Forum
www.pwblf.org

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud)
www.undp.org

S

Social Accountability International
www.cepaa.org

T

The Stakeholder Alliance
www.stakeholderalliance.org

Realização

Patrocínio

Apoio