

BENÉFICO PARA TODOS

EMPRESAS USAM O BALANÇO SOCIAL COMO FERRAMENTA DE TRANSPARÊNCIA JUNTO À SOCIEDADE

BASE, ETHOS, GRI... O MAIS IMPORTANTE NÃO É O MODELO QUE SE ADOTA QUANDO O ASSUNTO É ELABORAÇÃO DE BALANÇOS SOCIAIS OU RELATÓRIOS DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA, COMO SÃO CHAMADOS TAMBÉM. O fundamental é que integrem os dados sociais e ambientais aos econômicos com transparência, inclusive trazendo as demonstrações contábeis. Isso é o que se espera atualmente de uma empresa quando edita o seu balanço social. Afinal, trata-se de uma prestação de contas à sociedade.

Foi na década de 60, nos Estados Unidos e na Europa, que a população em repúdio à guerra do Vietnã começou

um movimento para boicotar a compra de produtos e ações de algumas empresas ligadas ao conflito. A partir daí, com a nova postura ética exigida pela sociedade, diversas empresas passaram a prestar contas das suas ações e dos seus objetivos sociais. A elaboração e a divulgação anual de relatórios com essas informações resultaram nos balanços sociais, que começaram a surgir nos anos 80.

Na década de 90 é que empresas de diferentes setores passaram a publicar balanços sociais anualmente. A proposta, no entanto, só ganhou visibilidade no Brasil quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou, com o Insti-

tuto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), em 1997, uma campanha pela divulgação voluntária do balanço social. O objetivo era chamar a atenção de empresários e de todos os segmentos sociais para a importância e a necessidade da realização desses balanços.

Atualmente, o Ibase disponibiliza quatro modelos para a elaboração de balanços sociais, cada um desenvolvido para um perfil diferente de organização: grande empresa, micro e pequenas empresas, fundações e organizações sociais, e cooperativas. O Ibase define o balanço social como um demonstrativo que, publicado todo ano, reúne 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

GRI, o mais completo

Outro modelo já bastante utilizado é da Global Report Initiative (GRI), uma organização não-governamental internacional, com sede em Amsterdã, na Holanda, que visa desenvolver e disseminar globalmente diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, utilizadas voluntariamente por empresas do mundo todo. Considerado o mais completo e abrangente, o modelo GRI permite às empresas relatar as ações tomadas para melhorar o seu desempenho econômico, ambiental e social, os resultados dessas ações e as estratégias futuras, visando a melhorias. O modelo GRI já está em sua terceira versão, chamada G3. Essa versão foi lançada no Brasil em português, em dezembro de 2006, após um trabalho que envolveu o Instituto Ethos, a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) e o Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces).

vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente. O instituto defende ainda o balanço social como uma ferramenta que, quando construída por profissionais múltiplos, tem a capacidade de explicitar e medir a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta.

O Balanço Social Modelo Ibase demonstra 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 e a participação nos lucros. Além disso, relata as despesas com controle ambiental e os investimentos sociais externos nas diversas áreas – educação, cultura, saúde, entre outras.

UM BALANÇO SOCIAL DE QUALIDADE

Roberto Sousa Gonzáles, diretor de estratégia social da CorpGroup, empresa de comunicação empresarial, e professor na Trevisan Escola de Negócios e na Universidade Imes, afirma que um bom relatório de responsabilidade corporativa, independentemente do modelo que adote, precisa conter dados sociais, ambientais e econômicos com transparência, “inclusive trazendo as demonstrações contábeis, o que muitas empresas resistem a publicar”, sem, segundo ele, justificativa. Entre os relatórios que ele considera realmente bons, aponta os de empresas como, AES Eletropaulo, Banco Itaú, CPFL, Elektro, Medley, Serasa, Vale do Rio Doce e Usiminas.

Para Gonzáles, um balanço social bem feito, que demonstre a qualidade das relações da empresa com os públicos que interage (acionistas, funcionários, consumidores/clientes, fornecedores, comunidade, governo, entre outros), por meio das suas ações e dos seus respectivos impactos sociais e ambientais, precisa trazer os seus principais dados de recursos humanos, sociais, ambientais e econômicos, incluindo demonstrações contábeis; o perfil da organização, a mensagem do principal executivo

sobre o comprometimento da empresa e os resultados do período; do presidente do conselho de administração, sobre as perspectivas da companhia; informações de governança corporativa – com função a estrutura de poder, e relacionamento com públicos interno e externo.

Em alguns casos, acrescenta ele, é muito importante “a inclusão de itens específicos. Para uma indústria de gases, a segurança, ou em uma auditoria, a credibilidade”. Os prêmios e reconhecimentos também devem ser apresentados com explicações sobre o que são e representam. Créditos e contatos com todas as áreas da empresa também. Além disso, diz ainda, “é preciso saber o que o nosso público quer saber da nossa companhia. Temos de considerar o leitor e o que queremos informar a ele, independentemente do modelo que adotamos”.

RAZÕES PARA FAZER

Quanto às razões de se fazer o balanço social, o Ibase registra seis “os porquês” e demonstra os seus benefícios: **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, em que informações sobre empresas circulam mercados internacionais em minutos, a conduta ética e transparente tem de fazer parte da estratégia de qualquer organização.

Porque é um instrumento moderno 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) 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 colaboradores e clientes, para uma visão moderna em que os objetivos da empresa incorporam as práticas de responsabilidade social e ambiental.

O balanço social favorece todos os grupos que interagem com a empresa. Aos dirigentes fornece informações úteis à tomada de decisões sobre programas sociais que a empresa desenvolve. Além disso, o processo de realização estimula a participação dos colaboradores na escolha das ações e projetos sociais, intensificando a comunicação interna e a integração nas relações entre dirigentes e o corpo funcional. Aos fornecedores e investidores informa como a companhia encara as responsabilidades em relação aos recursos humanos e à natureza, o que é um bom indicador da forma como é administrada.

Para os consumidores, reflete a postura dos dirigentes e a qualidade do produto ou serviço que oferece, demonstrando o caminho que a empresa escolheu para construir a sua marca. Ao



PAULO ITACARAMBI ETHOS DISPONIBILIZA UM GUIA PARA A ELABORAÇÃO DE BALANÇOS SOCIAIS



ROBERTO GONZALES DADOS SOCIAIS, AMBIENTAIS E ECONÔMICOS COM TRANSPARÊNCIA

Estado, ajuda na identificação e na formulação de políticas públicas. Enfim, como dizia Betinho: "o balanço social não tem donos, só beneficiários".

Outras vantagens da elaboração do balanço social, além dos registrados pelo Ibase, são apontadas também por especialistas. Um exemplo é o diferencial de competitividade que representa, pois atualmente muitas empresas o exigem de fornecedores quando da abertura de concorrência. Outro é a função de redutor de riscos e indicador de oportunidades, porque à medida que a organização mapeia os impactos sociais e ambientais

das atividades, identifica riscos e detecta oportunidades de melhorias.

Para estimular a elaboração do balanço social, o Ibase lançou, em 1998, o Selo Balanço Social Ibase/Betinho, que é conferido anualmente às empresas que publicam o documento no modelo sugerido pela entidade. No ano passado, 52 companhias receberam o selo. Por meio dele, as organizações podem mostrar em anúncios, embalagens, balanço social, sites e campanhas publicitárias que investem em educação, saúde, cultura, esportes e meio ambiente. ■