



BALANÇO SOCIAL

princípios éticos

gestão dos negócios

**Guia de
Elaboração do
Balanço Social**

projetos sociais **2003**

respeito ao indivíduo

diálogo e participação

liderança social

INSTITUTO
ETHOS

GUIA DE ELABORAÇÃO DO
BALANÇO SOCIAL

2003

Guia de Elaboração do Balanço Social é uma publicação do Instituto Ethos, distribuída gratuitamente aos seus associados.

Realização

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

Pesquisa e Desenvolvimento (Versão original)

Ana Maria C. Esteves, Fabiane Bessa (colaboração técnica), Juliana Mayrink, Luzia Monteiro Longo, Paulo Durval Branco e Sérgio A.P. Esteves.

Revisão 2003

Roberta Paro, Gláucia Terreo, Nelmara Arbex.

Patrocínio

Abradee - Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica, CPFL, Eletropaulo, Fundação Volkswagen, McDonald's, Natura, Petrobras.

Apoio

Fundação Avina, The William and Flora Hewlett Foundation.

Todos os direitos reservados.

Permitida a reprodução desta publicação, desde que previamente autorizada, por escrito, pelo Instituto Ethos.

Junho/2003

Tiragem 10.000 exemplares

Esclarecimentos importantes sobre as atividades do Instituto Ethos

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
2. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos 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 entidade ou empresa (associada ou não) utilize o logotipo do Instituto Ethos sem o nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Caso tenha alguma dúvida ou queira nos consultar sobre as atividades de apoio do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo link [Fale Conosco](#), no qual será possível identificar a área mais apropriada para atender você.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Rua Francisco Leitão, 469, 14º andar, conj. 1407
Pinheiros, 05414-020, São Paulo, SP
Tel.: (11) 3897.2400
Fax: (11) 3897.2424
Visite nosso site: www.ethos.org.br



Este material foi impresso em papel produzido e doado pela Klabin.
Pasta - papel cartão Kladur 270g; Capa - papel cartão Kladur 230g;
Miolo - papel Ecograph 90g, a partir de celulose Oxicell não branqueada quimicamente.

Índice

INTRODUÇÃO	5
ESTRUTURA DO BALANÇO SOCIAL	7
PRINCÍPIOS E CRITÉRIOS	7
PARTE I – APRESENTAÇÃO	9
01. Mensagem do Presidente	9
02. Perfil do Empreendimento	9
03. Setor da Economia	10
PARTE II – A EMPRESA	11
04. Histórico	11
05. Princípios e Valores	11
06. Estrutura e Funcionamento	11
07. Governança Corporativa	11
PARTE III – A ATIVIDADE EMPRESARIAL	13
08. Visão	13
09. Diálogo com Partes Interessadas	13
10. Indicadores de Desempenho	13
10.1 Indicadores de Desempenho Econômico	14
10.2 Indicadores de Desempenho Social	17
10.3 Indicadores de Desempenho Ambiental	25
PARTE IV – ANEXOS	27
11. Demonstrativo do Balanço Social (modelo Ibase)	27
12. Iniciativas do Interesse da Sociedade (Projetos Sociais)	28
13. Notas Gerais	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
FATOS QUE MARCARAM O SURGIMENTO E A EVOLUÇÃO DO BALANÇO SOCIAL	30
BIBLIOGRAFIA	32

Introdução

O Balanço Social é considerado por muitos especialistas e pelo Instituto Ethos como o principal instrumento de diálogo das empresas com seus diferentes públicos. Nesse documento, a empresa dá uma visão geral de todas as suas atividades econômicas e de seus impactos sociais e ambientais. É também no Balanço Social que a empresa pode apresentar seus compromissos, com metas econômicas, sociais e ambientais, e relatar as dificuldades enfrentadas e os desafios a vencer.

A importância atribuída pelas empresas ao Balanço Social se reflete na participação de 170 empresas na primeira edição do Prêmio Balanço Social - cuja cerimônia de entrega, em novembro de 2002, foi realizada sob patrocínio da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), no saguão do pregão - e na expressiva participação de 320 profissionais de empresas no Seminário de Capacitação em Balanço Social, em fevereiro de 2003, ambas as iniciativas realizadas por Abamec (Associação Brasileira dos Analistas do Mercado de Capitais), Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial), Instituto Ethos, Fides (Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social) e Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas).

O Balanço Social é resultado de um processo que se inicia com um diagnóstico da gestão da empresa, passa pelo planejamento, implementação e avaliação de suas ações e resulta num documento que revela ao público os resultados que ela obteve e as metas a que se propõe para o ciclo seguinte.

O primeiro modelo brasileiro de Balanço Social foi lançado pelo Ibase em 1997, resgatando uma iniciativa pioneira tomada pela Fides em 1978. O **Guia de Elaboração do Balanço Social** proposto pelo Instituto Ethos, cuja primeira versão foi lançada em 2001, é resultado do conhecimento acumulado por seus associados, por seus parceiros nacionais e internacionais e por sua equipe, dando continuidade ao caminho aberto pela Fides e pelo Ibase.

Além desses modelos nacionais, há uma relevante contribuição mundial no sentido de se estabelecerem padrões internacionais para o modo de as empresas divulgarem suas ações. Trata-se da Global Reporting Initiative (GRI), que tem todo o apoio do Instituto Ethos.

Assim, além deste **Guia de Elaboração do Balanço Social**, as empresas brasileiras dispõem atualmente de dois outros guias: o modelo do Ibase (*Balanço Social Anual*) e as diretrizes do GRI. Vale a pena lembrar, entretanto, que nenhum dos modelos de orientação existentes no momento é definitivo nem pode ser tomado como parâmetro único para

definir o que deve conter um documento dessa importância. Os guias trazem diretrizes gerais que ajudam a empresa a organizar melhor as informações de interesse dos públicos afetados pelos seus negócios. Na escolha de um dos modelos disponíveis, é importante que a empresa considere o posicionamento estratégico que deseja tomar, em relação a determinados segmentos sociais e setores da economia, e complemente as informações considerando aspectos específicos da operação dos seus negócios e os dilemas que enfrenta em suas diversas ações.

Diálogo com todas as partes interessadas, provendo informações relevantes e claras, eis como deve ser definido o conteúdo de um bom balanço social.

Estrutura do Balanço Social

Princípios e Critérios

É essencial que, ao longo dos próximos anos, os relatórios sociais venham a adquirir a consistência e credibilidade de que gozam os relatórios financeiros. Para tanto, recomenda-se que os seguintes princípios e critérios qualitativos sejam observados em sua preparação:

Relevância

As informações apresentadas no relatório serão julgadas úteis caso sejam percebidas como relevantes pelos seus diferentes usuários. Isso exige, por parte da empresa, um bom grau de conhecimento quanto às expectativas e necessidades desses usuários.

Veracidade

As informações serão consideradas confiáveis na medida em que revelem neutralidade e consistência na sua formulação e apresentação. Nesse sentido, recomenda-se especial atenção para:

- descrever ações, resultados e problemas enfrentados com base em fatos e argumentos lógicos;
- destacar o contexto a que uma determinada informação se refere. No caso de uma indústria, por exemplo, o consumo de energia é uma informação que ganha mais significado se a fonte dessa energia for mencionada;
- buscar neutralidade na seleção e apresentação dos fatos, garantindo que os julgamentos e opiniões por parte dos *stakeholders* não sejam manipulados;
- expor os aspectos positivos e negativos dos resultados e os impactos, diretos e indiretos, relacionados ao negócio;
- tratar com prudência a apresentação de resultados e impactos econômicos, sociais e ecológicos considerados controversos; mas levar em conta a importância de incluir a discussão e o posicionamento da empresa sobre o assunto.

Clareza

Deve-se levar em conta a variedade de públicos que farão uso do relatório, o que exige clareza e fluidez de texto. Nesse sentido, recomenda-se cautela no uso de termos técnicos e científicos, assim como a inclusão de gráficos, quando se julgar pertinente. Em alguns casos a apresentação de um glossário pode ser útil.

Comparabilidade

Uma das expectativas dos usuários do Balanço Social é a possibilidade de comparação dos dados apresentados pela empresa com os de períodos anteriores e com os de outras organizações, o que exige consistência na escolha, mensuração e apresentação dos indicadores.

Regularidade

Para garantir que os diferentes públicos possam acompanhar os resultados e tendências de natureza econômica, social e ambiental da empresa, o relatório deve ser apresentado em intervalos de tempo regulares. Apesar de a periodicidade anual ser a prática comum, deve-se considerar a possibilidade de atualizações mais frequentes dos dados, em função das facilidades oferecidas pela internet.

Também deve-se considerar as diversas alternativas hoje possíveis para veiculação do relatório além da impressa, como a internet e CD-ROM. De acordo com o público a que estiver sendo encaminhado, o relatório pode ser distribuído em versão completa ou resumida.

Verificabilidade

Apesar de ainda não exigida pelo mercado, a verificação e auditoria das informações contidas no relatório contribuem para sua credibilidade. Diante da exigência crescente dos *stakeholders* por transparência, as empresas devem estar preparadas para responder pela integridade dos indicadores apresentados. Para isso, algumas iniciativas podem ser adotadas, tais como:

- realizar auditoria em processos cujos resultados estejam refletidos nos indicadores;
- apresentar comentários e avaliações feitas por especialistas externos;
- incluir na Mensagem do Presidente o compromisso com a legitimidade das informações.

É importante lembrar que os indicadores propostos neste guia compõem um conjunto básico a ser informado pelas empresas. Eles sempre podem ser ampliados e outros podem ser incluídos, levando-se em conta os interesses daqueles que tenham sido considerados como os públicos prioritários da organização. Caso se deseje detalhar um indicador para atender a uma demanda muito específica, recomenda-se que isso seja feito em um anexo do relatório.

Parte I – Apresentação

01. Mensagem do Presidente

Através desta mensagem, a empresa posiciona-se perante as suas partes interessadas, informando a perspectiva a partir da qual desenvolveu-se todo o processo que resultou no relatório e introduzindo os principais aspectos do documento.

Recomenda-se a inclusão dos seguintes elementos:

- Pontos altos do conteúdo e compromissos a serem atingidos;
- Declaração de comprometimento em relação a objetivos económicos, sociais e ecológicos a que a empresa se propõe;
- Reconhecimento de sucessos e insucessos obtidos ao longo do processo;
- Desafios mais significativos para a organização e para o respectivo setor no sentido de integrar a responsabilização pelo desempenho financeiro ao desempenho social, ambiental e económico, bem como as implicações destes fatos nas estratégias futuras.

02. Perfil do Empreendimento

Oferece uma visão geral da empresa, uma espécie de síntese que permita uma visualização do todo. Essa visão de conjunto vai permitir uma melhor compreensão das partes, apresentadas ao longo do relatório.

Os elementos que compõem este item variam de acordo com o porte da empresa, conforme exposto abaixo:

Informações	Empresas		
	Micro/pequenas	Médias	Grandes
Nome da organização	x	x	x
Principais produtos e serviços, inclusive marcas	x	x	x
Número de empregados	x	x	x
Data do Relatório imediatamente anterior	x	x	x
Natureza dos mercados em que atua / perfil dos clientes (Ex.: atacado/varejo, governos)	x	x	x
Espécie de empresa: sociedade comercial/ sociedade civil/ empresa pública; de responsabilidade limitada/ sociedade anônima etc.			x
Desdobramento de vendas - receitas por país/ região do país			x
Mudanças significativas no tamanho, estrutura, propriedade, produtos e serviços que ocorreram no presente Relatório.			x

03. Setor da Economia

Constitui uma breve apresentação do setor da economia em que a empresa atua – abordando seus desafios e perspectivas, e a contribuição do setor à economia como um todo. Apresentam-se, também, as questões de responsabilidade social específicas do setor.

Parte II – A empresa

04. Histórico

Relato sucinto do surgimento e etapas por que passou a empresa. Este item, pela sua natureza narrativa, representa uma oportunidade excepcional de comunicação do empreendimento com os seus diferentes públicos. Recomendamos uma estrutura de texto do tipo "contar histórias" e a adoção de uma linha de tempo para melhor visualização.

05. Princípios e Valores

A empresa explicita aqui os princípios e valores que norteiam os processos de tomada de decisões.

Se possível, este pode ser um bom momento para introduzir os principais dilemas relacionados ao negócio e à natureza do empreendimento e para dar transparência ao posicionamento adotado diante desses dilemas.

Este é o espaço adequado, no relatório, para apresentar, se houver, o código de conduta da empresa e a estratégia de ação, para que ele esteja sempre sendo motivo de conversa com os seus diferentes públicos.

Também podem ser citadas as principais instituições, códigos e iniciativas voluntárias das quais a empresa faz parte e que expressam coerência com seus princípios e valores.

06. Estrutura e Funcionamento

Além da estrutura organizacional em nível macro e das principais informações de como a empresa opera, devem ser mencionados os aspectos mais significativos dos sistemas de gestão.

Dessa forma, pode-se incluir elementos de gestão de pessoas, gestão da qualidade, gestão da cadeia produtiva e outros processos que evidenciem como a empresa busca implementar seus princípios e valores nos planos econômico, social e ambiental.

07. Governança Corporativa

Neste item, a empresa apresenta seu sistema de governança, especialmente conselheiros, os critérios de seleção adotados para escolha desses conselheiros, o tempo de mandato, a missão e principais atribuições do Conselho, os comitês que integram o Conselho e seu *modus operandi*.

Parte III – A Atividade Empresarial

08. Visão

Neste ponto a empresa apresenta sua visão de futuro, a forma como articula os desafios de ordem ética, social, ambiental e econômica no desenvolvimento de suas atividades fins e como consolida a presença destes aspectos no processo de tomada de decisão.

09. Diálogo com Partes Interessadas

Este item trata dos critérios e processos utilizados pela empresa no diálogo com as partes interessadas (stakeholders). Neste sentido, devem ser mencionados:

- Os critérios utilizados na escolha das partes interessadas;
- Os instrumentos utilizados para o diálogo com as partes interessadas, tais como: pesquisas de opinião, grupos de foco, painéis e outros. Também deve-se citar a frequência de aplicação desses instrumentos;
- Os tipos de informações obtidas por meio desse diálogo, assim como o uso que é feito delas (base para indicadores, referências para benchmarking, etc.).

10. Indicadores de Desempenho

Neste item, a empresa expõe seus indicadores de desempenho no que diz respeito à responsabilidade social, os quais constituem elementos essenciais na viabilização do diálogo com seus diferentes públicos.

É importante que se esclareça possíveis dificuldades na coleta de dados e que a empresa se posicione diante de tais dificuldades. Os dados podem ser complementados com relatos que exponham seu contexto e questões de interesse geral.

A estrutura aqui proposta apresenta um conteúdo mínimo para a padronização do Balanço Social como ferramenta de referência e apresentação de resultados relevantes da gestão da empresa para a sociedade. Além disso, outros indicadores são sugeridos para complementar e permitir maior transparência quanto às atividades desenvolvidas pela empresa.

Ao todo, os indicadores estão distribuídos em:

Aspectos Qualitativos: descrição de resultados e práticas de gestão que representam indicadores de performance em responsabilidade social.

Indicadores Quantitativos: resultados mensuráveis e monitorados apresentados em números.

Outros Indicadores Sugeridos: descrição tanto de informações qualitativas, quanto indicadores quantitativos.

Além disso, são sempre bem-vindas explicações e dados complementares que a empresa decida incluir como indicadores, a fim de demonstrar questões mais específicas sobre seu negócio.

10.1 Indicadores de Desempenho Econômico

Este grupo de indicadores busca dar transparência aos impactos econômicos da empresa, nem sempre contemplados de uma maneira simples nos demonstrativos financeiros convencionais.

Neste sentido, propõe-se a apresentação de informações relativas a:

Aspectos Qualitativos

Descrever os impactos econômicos causados pela empresa que afetam de maneira direta ou indireta a sociedade, tais como:

- Impactos no país através da geração e distribuição de riqueza por parte da empresa;
- Resultados oriundos da produtividade obtida no período;
- Procedimentos, critérios e retornos de investimentos realizados na própria empresa e na comunidade.

Indicadores Quantitativos

I. Geração e distribuição de riqueza

Geração de Riqueza	2001	2002	2003
(A) Receita Bruta			
(B) Bens e serviços adquiridos de terceiros			
(C) Valor adicionado bruto (A - B)			
(D) Retenções (depreciação, amortização, exaustão)			
(E) Valor adicionado líquido (C - D)			
(F) Transferências Resultado da equivalência patrimonial Resultado de participações societárias Receitas financeiras			
(G) Valor Adicionado a Distribuir (E + F)			

Distribuição por Stakeholders	2001	2002	2003
GOVERNO			
Impostos expurgados os subsídios (isenções)			
COLABORADORES			
Salários			
Encargos previdenciários			
Previdência privada			
Benefícios			
Participação nos resultados			
FINANCIADORES			
Remuneração de capital de terceiros			
ACIONISTAS			
Juros sobre capital próprio e dividendos			
Lucros retidos/prejuízo do exercício			

INSTRUÇÕES PARA O PREENCHIMENTO

1. Geração de Riqueza (em milhares de R\$)	
(A) Receita bruta	Total da receita obtida através das atividades operacionais da empresa. As receitas financeiras não devem ser incluídas.
(B) Bens e serviços adquiridos de terceiros	Refere-se a todos os gastos na aquisição de bens e serviços necessários às atividades operacionais da empresa (matérias-primas consumidas + custo das mercadorias e serviços vendidos + materiais, energia, serviços de terceiros + perda/recuperação de valores ativos).
(C) Valor adicionado bruto (A - B)	–
(D) Retenções (depreciação, amortização, exaustão)	Perda de valor de algum ativo em decorrência do uso, da ação do tempo, da obsolescência tecnológica ou redução no preço de mercado (máquinas, equipamentos e edificações).
(E) Valor adicionado líquido (C - D)	–
(F) Transferências Resultado da equivalência patrimonial Resultado de participações societárias Receitas financeiras	Receitas obtidas através das atividades não-operacionais da empresa.
(G) Valor adicionado a distribuir (E + F)	–

2. Distribuição por Stakeholders (em milhares de R\$)	
GOVERNO	
Impostos expurgados os subsídios (isenções)	Impostos pagos aos governos federal, estadual e municipal (ex.: ICMS, IPI, ISS, imposto predial e territorial, imposto sobre a renda, imposto sobre operações financeiras e outros). É considerado como uma remuneração ao apoio das instituições governamentais pela estrutura social, política e econômica que propiciam condições de operações da empresa no seu ambiente.
COLABORADORES	
Salários	Valor total do salário bruto pago pela empresa.
Encargos previdenciários	Encargos sociais e trabalhistas pagos pelo empregador (FGTS, indenizações, etc).
Previdência privada	Gastos do empregador com plano de previdência privada.
Benefícios	Total dos benefícios oferecidos aos colaboradores (assistência médica, alimentação, creche, etc)
Participação nos resultados	Valor pago aos colaboradores na forma de participação nos resultados da empresa.
FINANCIADORES	
Remuneração de capital de terceiros	Representa a remuneração do capital de terceiros sob a forma de juros. Os juros representam a forma de remuneração de determinados ativos (empréstimos, obrigações, depósitos a prazo e títulos negociáveis).
ACIONISTAS	
Juros sobre capital próprio e dividendos	Total dos dividendos pagos aos acionistas
Lucros retidos/prejuízo do exercício	Lucro / prejuízo obtido no exercício.

II. Produtividade

Indicadores de produtividade	2001	2002	2003
Margem Bruta			
Margem Líquida			
Giro dos Ativos (margem líquida/ativo médio)			
Retorno sobre Ativo Médio (ROA) (Lucro Oper. /Ativo Médio*)			
Índice de Endividamento (empréstimos + financiamentos / patrimônio líquido)			
Índice de liquidez			

* Lucro Operacional = Receita Líquida - Custo Produtos ou Serviços Vendidos - Despesas de Vendas, Despesas Gerais e Despesas Administrativas

III. Investimentos

Itens de investimento	2001	2002	2003
Pesquisa e desenvolvimento			
Melhoria de produtividade			
Aumento de capacidade produtiva			
Educação / Treinamento			
Programas para a comunidade			

Outros Indicadores Sugeridos

- Efeitos/impactos econômicos da abertura, transferência ou fechamento de unidades da empresa;
- Valores envolvidos na terceirização de processos e serviços;
- Níveis de produtividade por categoria profissional;
- Investimentos visando melhoria de desempenho da cadeia produtiva (fornecedores, distribuidores etc.);
- Desempenho da empresa no cumprimento de contratos com fornecedores.

10.2 Indicadores de Desempenho Social

Os indicadores de desempenho social buscam expressar os impactos das atividades da empresa em relação ao público interno, fornecedores, consumidores/clientes, comunidade, governo e sociedade em geral.

Como já vem sendo demonstrado pelo mercado, a transparência e o bom desempenho nesses indicadores afetam positivamente a imagem corporativa, assim como se traduzem em diferenciais competitivos junto aos stakeholders.

I. 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 colaboradores.

Aspectos Qualitativos

Público Interno: mencionar aspectos que demonstrem a qualidade da relação empresa - colaborador, tais como:

- Envolvimento dos empregados na gestão;
- Participação dos empregados em sindicatos;
- Processos de participação nos lucros ou resultados;
- Ações frente à necessidade de redução de custos de pessoal;
- Ações visando preparação de empregados para aposentadoria;
- Nível de satisfação interna;
- Classificação da empresa como empregador, em pesquisas externas.

Educação e Treinamento: expressar o compromisso da empresa com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade de seus colaboradores. Entre as informações relevantes, pode-se considerar:

- Existência de programas sistemáticos de desenvolvimento e capacitação;
- Oferta de bolsas de estudo, destacando os critérios de concessão.

Indicadores Quantitativos

I. Perfil dos colaboradores (dados do ano corrente)

Colaboradores	Percentual em relação ao total de colaboradores	Percentual em cargos de gerência em relação ao total de cargos de gerência	Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria
Mulheres			
Mulheres negras e pardas			
Homens negros e pardos			
Pessoas portadoras de deficiência			
Pessoas acima de 45 anos			

II. Perfil de salários (em salário médio, dados do ano corrente)

Categorias	Mulheres Negras e Pardas	Homens Negros e Pardos	Mulheres Brancas	Homens Brancos
Cargos de diretoria				
Cargos gerenciais				
Cargos administrativos				
Cargos de produção				

III. Comparação salarial (dados do ano corrente)

Salários	Percentual
Divisão da maior remuneração pela menor remuneração em espécie paga pela empresa (inclui participação nos lucros / programas de bônus)	
Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente (inclui participação nos lucros e programa de bônus)	

IV. Saúde e segurança

Acidentes	2001	2002	2003
Com afastamento			
Sem afastamento			

V. Educação e treinamento

Investimentos	2001	2002	2003
Percentual de investimentos em educação e treinamento em relação à receita total			
Percentual de investimentos em educação e treinamento em relação ao total de despesas operacionais			
Percentual de investimentos em educação e treinamento em relação ao total de gastos com pessoal			

VI. Taxas de atração e retenção de profissionais

Taxas	2001	2002	2003
Turnover observado no período			
Quantidade de candidatos em relação ao número de vagas oferecidas no período			

Outros Indicadores Sugeridos

Educação e Treinamento:

—— Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano.

Saúde e Segurança:

—— Realização de campanhas de conscientização;

—— Ações que visam o equilíbrio trabalho-família;

- Participação dos empregados na definição de metas e indicadores de desempenho relacionados a condições de trabalho, saúde e segurança;
- Programas e Benefícios oferecidos para colaboradores e respectivos familiares.

Compromisso com o Futuro das Crianças:

- Programas de aprendizagem na empresa para jovens, na condição de aprendiz, na faixa etária de 14 a 16 anos;
- Participação em campanhas internas e externas para a erradicação do trabalho infantil;
- Programas internos voltados a educação, integração e participação dos filhos de funcionários.

Diversidade:

- Programas de contratação com critérios que contemplam indivíduos com idade superior a 45 anos, desempregados há mais de 2 anos, portadores de deficiência física ou mental e ex-detentos;
- Participação em projetos para melhorar a oferta de profissionais qualificados provenientes de grupos usualmente discriminados no mercado de trabalho;
- Normas e processos para combater situações de assédio sexual.

Geração de Emprego:

- Número de empregos no final do período;
- Número total de admissões no período;
- Número total de demissões no período.

II. 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.

Aspectos Qualitativos

Natureza e perfil dos fornecedores:

- Descrição dos tipos de fornecedores, tais como grandes empresas, pequenas e médias empresas; grupos comunitários locais, cooperativas, associações de bairro, projetos de geração de renda, entre outros;
- Principais aspectos das políticas de seleção, contratação, avaliação e desenvolvimento de fornecedores, enfatizando cláusulas relacionadas à responsabilidade social, como erradicação do trabalho infantil.

Outros Indicadores Sugeridos

Natureza e perfil dos fornecedores

- Programas de monitoramento e verificação do cumprimento dos critérios sócio-ambientais acordados com os fornecedores;
- Programas de desenvolvimento junto a fornecedores locais comunitários;
- Participação em programas e políticas para o cumprimento de valores de responsabilidade social em toda a cadeia produtiva.

Prestadores de serviço e trabalhadores terceirizados

- Programas de integração de trabalhadores terceirizados junto aos funcionários, incluindo os mesmos benefícios básicos oferecidos e programas de treinamento e desenvolvimento profissional;
- Porcentagem de trabalhadores terceirizados em relação ao total da força de trabalho.

III. Consumidores/Clientes

A responsabilidade social em relação aos consumidores e clientes 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.

Aspectos Qualitativos

Pesquisa de satisfação dos consumidores/clientes

- Atividades da empresa alinhadas aos resultados das pesquisas de satisfação dos consumidores/clientes, tais como política de marketing e comunicação, desenvolvimento e lançamento de novos produtos/serviços, entre outras.

Serviço de atendimento a consumidores/clientes

- Descrição das principais reclamações de consumidores/clientes e suas respectivas soluções.

Indicadores Quantitativos

I. Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC

Valores	2001	2002	2003
Total de ligações atendidas pelo SAC			
Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC			
Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC			
Tempo médio de espera no telefone do SAC até o início do atendimento (minutos)			
Quantidade de inovações implantadas em função do Ombudsman e/ou serviço de atendimento a consumidores/clientes			

Outros Indicadores Sugeridos

- Iniciativas junto a fornecedores, distribuidores e assistência técnica, visando criar uma cultura de respeito e valorização dos consumidores;
- 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;
- Cuidados com informações contidas em rótulos, embalagens, bulas e outros materiais de comunicação;
- Cuidados no aperfeiçoamento contínuo de produtos e serviços visando eficiência no uso de matérias primas, segurança no uso e descarte adequado;
- Programas de gerenciamento da privacidade do cliente;
- Programas de treinamento contínuo para profissionais de atendimento;
- Sistemas internos de resposta e atuação na ocorrência de danos para os consumidores/clientes.

IV. Comunidade

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.

Aspectos Qualitativos

Descrever as principais iniciativas envolvendo:

- Gerenciamento de impactos na comunidade: mecanismos de registro e encaminhamento de soluções em resposta a reclamações e manifestações da comunidade sobre os impactos causados pela empresa;
- Voluntariado: serviços de apoio a voluntários ou programas estruturados de voluntariado, descrevendo os recursos humanos e financeiros envolvidos;
- Erradicação do trabalho infantil;
- Gerenciamento de programas sociais: como são estabelecidas as parcerias e/ou programas próprios da empresa, apoio ao fortalecimento institucional e organizacional dos parceiros, definição de verbas/orçamento e sustentabilidade dos programas sociais.

Indicadores Quantitativos

I. Investimentos Sociais

Valores	2001	2002	2003
Percentual do faturamento bruto destinado à totalidade de suas ações sociais (não incluir benefícios trabalhistas)			
Do total destinado à área social, a porcentagem correspondente a doações em produtos e serviços			
Do total destinado à área social, a porcentagem correspondente a doações em espécie			
Do total destinado à área social, a porcentagem correspondente a investimentos em projeto social próprio			

Outros Indicadores Sugeridos

- Utilização de incentivos fiscais para atividades ligadas a cultura, área social, e outras previstas na lei, como a destinação de 1% do IR devido para os Fundos de Direitos das Crianças;
- Mecanismos de estímulo para funcionários e parceiros na realização de doações;
- Participação junto com outras empresas na discussão dos problemas comunitários e no encaminhamento de soluções;
- Mecanismos de avaliação do impacto social de seus investimentos e projetos sociais com feedback ou participação dos beneficiários;

- Mecanismos de inclusão das ações sociais no planejamento estratégico da empresa;
- Percentual de empregados que realizam trabalho voluntário na comunidade e quantidade de horas médias mensais doadas (liberadas do horário normal de trabalho) pela empresa por voluntário.

V. Governo e 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, consumidores/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.

Aspectos Qualitativos

Descrever as iniciativas:

- Participação em associações e fóruns empresariais com a finalidade de contribuir na elaboração de propostas de interesse público e caráter social;
- Políticas de prevenção e ações empreendidas contra práticas de corrupção e propina.

Indicadores Quantitativos

Investimentos	2001	2002	2003
Porcentagem do faturamento bruto gasto em patrocínio ou realização de campanhas de interesse público:			

Outros Indicadores Sugeridos

- Políticas e processos que permeiam a participação da empresa em apoios e contribuições a campanhas políticas, como debates abertos com candidatos e transparência perante os colaboradores e a comunidade;
- Participação e apoio à elaboração, execução e aperfeiçoamento de políticas públicas universais.

10.3 Indicadores de Desempenho Ambiental

A empresa relaciona-se com o meio ambiente causando impactos de diferentes tipos e intensidades. Seja em relação ao ar, água, solo ou biodiversidade, já é bastante amplo o conjunto de evidências que relacionam o desempenho de uma empresa com seus compromissos frente ao meio ambiente. Uma empresa ambientalmente responsável procura minimizar os impactos negativos e amplificar os positivos. Deve 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.

Aspectos Qualitativos

Política ambiental

Devem ser mencionadas políticas, infraestrutura e processos relacionados ao gerenciamento de impactos ambientais.

Iniciativas relacionadas ao gerenciamento ambiental:

- Gerenciamento de resíduos;
- Ações compensatórias em geral (conservação de áreas protegidas, reflorestamento, etc.);
- Educação ambiental;
- Seu desempenho em relação ao uso de recursos naturais.

Principais impactos ecológicos

Devem ser mencionados os impactos ecológicos provocados pela empresa, assim como as ações que visam minimizá-los. Esses impactos devem ser contextualizados em relação ao setor de atuação da empresa, destacando objetivamente e com seriedade os impactos significativos.

Indicadores Quantitativos

I. Uso de recursos

Indicadores	2001	2002	2003
Consumo anual de energia (kwh)			
Consumo de energia por unidade produzida			
Consumo anual de água (m ³)			
Consumo de água por unidade produzida			
Consumo anual de combustíveis fósseis: gasolina/diesel (l) óleo combustível (ton) gás (GLP/GNV) (m ³)			
Quantidade anual de resíduos sólidos (lixo, dejetos, entulho, etc.) gerados (ton)			

Outros Indicadores Sugeridos

Política ambiental

- Valores investidos em projetos e programas de melhoria ambiental e as respectivas porcentagens em relação ao faturamento da empresa;
- Prêmios e certificações conquistados reconhecendo a performance da gestão ambiental da empresa;
- Processos de gerenciamento que contemplam o conceito de ciclo de vida do produto, voltados para a gestão ambiental em toda a cadeia produtiva;
- Processos e investimentos na atualização tecnológica, pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e serviços que sejam alinhados com o conceito de sustentabilidade ambiental.

Uso de Recursos

- Consumo de energia por unidade produzida e iniciativas para aumentar a sua eficiência;
- Iniciativas para utilização de fontes de energia renovável;
- Consumo de água por unidade produzida e iniciativas para aumentar a sua eficiência;
- Consumo de matéria-prima por unidade produzida e iniciativas para aumentar a sua eficiência;
- Iniciativas de diminuição de consumo em geral, evidenciando uma atitude de conservação;
- Processos e resultados de reciclagem de materiais e recursos naturais, como também de substituição e uso de material reciclado.

Compromisso com Futuras Gerações

- Participação em comitês/conselhos locais ou regionais para a discussão da questão ambiental junto ao governo e a comunidade;
- Mudança Climática e Protocolo de Kyoto: processos e resultados alcançados em direção à redução dos volumes de gases de efeito estufa emitidos na atmosfera, tais como CO₂ e Metano.
- Destruição da camada de Ozônio e Protocolo de Montreal: processos e resultados alcançados em direção à redução dos volumes de gases nocivos a camada de Ozônio emitidos na atmosfera, tais como CFC.

Parte IV – Anexos

11. Demonstrativo do Balanço Social (modelo Ibase)

IMPORTANTE: antes de preencher o Demonstrativo do Balanço Social (modelo Ibase) abaixo, certifique-se de que este é o **modelo mais recente** visitando o site www.balancosocial.org.br. Lá você poderá obter também informações e instruções de preenchimento.

1. Base de Cálculo	2002 Valor (Mil Reais)			2001 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						
Esporte						
Combate à fome e segurança alimentar						
Outros						
Total das Contribuições para a Sociedade						
Tributos (excluídos encargos sociais)						
Total - Indicadores Sociais Externos						
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:	<input type="checkbox"/> não possui metas	<input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75%	<input type="checkbox"/> não possui metas	<input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75%	<input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50%	<input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%
	<input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50%	<input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%	<input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50%	<input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%		

continua

continuação

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						
6. Informações Relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial						
	2002			Metas 2003		
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 por:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cípa	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cípa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
A participação nos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
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(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apoia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apoia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva
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 2002:			Em 2001:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	_____ % governo	_____ % acionista	_____ % colaboradores(as) retido	_____ % governo	_____ % acionista	_____ % colaboradores(as) retido
7. Outras informações						

12. Iniciativas do Interesse da Sociedade (Projetos sociais)

Apresentação e descrição das diversas iniciativas desenvolvidas pelas empresas de caráter social, ambiental, cultural, entre outros. Espaço para detalhamento de programas/parcerias sociais desenvolvidos para a comunidade citados no corpo do relatório.

13. Notas Gerais

Espaço destinado a notas explicativas sobre contexto e metodologia do processo de coleta de informações e a produção dos indicadores. Inclusão de materiais sobre programas internos ou outros aspectos específicos de interesse dos públicos da empresa.

Considerações Finais

À medida em que as empresas fizerem uso deste guia para a elaboração de seu Balanço Social, certamente irão surgir idéias e sugestões que possam contribuir para seu aprimoramento. Espera-se que essas sugestões, assim como as eventuais dúvidas, sejam encaminhadas ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, para o endereço eletrônico: relatorio@ethos.org.br .

Para facilitar a elaboração do relatório, estará disponível no site do Instituto Ethos (www.ethos.org.br) uma área específica para esclarecimento das dúvidas mais freqüentes, assim como notas adicionais a este guia e exemplos de empresas que apresentaram balanços sociais segundo a estrutura aqui proposta.

Fatos que marcaram o surgimento e a evolução do Balanço Social

Resolução 1721 do Conselho Econômico e Social da ONU – iniciam-se estudos sobre o papel e os efeitos das multinacionais no processo de desenvolvimento dos países emergentes e sua interferência nas relações internacionais e discute-se a criação de um Código de Conduta dirigido às empresas transnacionais

Constituição de Weimar (Alemanha) – inaugura a idéia de “função social da propriedade”

1919

1960

1965

1972

EUA – movimentos pela responsabilidade social

ADCE (Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa – Brasil) Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas

Singer publica o que foi reconhecido como o primeiro balanço social no mundo

Publicação “Da Sociologia da Contabilidade à Auditoria Sócio-Econômica” – Prof. Dr. Alberto Almada Rodrigues

Fundação FIDES e ADCE (Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa) estudam o tema da responsabilidade social

1976

FIDES – apresenta proposta de balanço social

1978

1977

França – Lei no 77.769/77 – determina a publicação do balanço social (bilan social) – voltada para relações de trabalho

EUA, Europa, América Latina – diversos estudos sugerem modelos de balanço social

FIDES – Seminário Internacional sobre Balanço Social e livro “Balanço Social na América Latina”

Nitrofertil – elabora o primeiro balanço social do Brasil

1980

1984

1985

Portugal – Lei no 141/85 – torna obrigatória a apresentação do balanço social por empresas com mais de 100 empregados

* As declarações acima expostas – The Caux Round Table e Declaração Interfaith – consideram a importância de, paralelamente aos lucros para os *shareholders* (acionistas), a responsabilidade para com todos os *stakeholders* (agentes ou participantes, que investem seu “empenho” ou *stake* na empresa). E ambas circunscrevem seções detalhadas sobre as obrigações das empresas em relação a todos os seus atores: empregados, clientes, fornecedores, financiadores, comunidade (governos locais e nacionais), além daquelas obrigações relacionadas aos proprietários.

EUA - Domini 400 Social Index - não admite empresas envolvidas com tabaco, álcool, jogo, armas e geração de energia nuclear

Elaboração do Principles for Business - The Caux Round Table* - mesa redonda criada por lideranças econômicas da Europa, Japão e Estados Unidos

Elaboração da Declaração Interfaith* - código de ética sobre o comércio internacional para cristãos, muçulmanos e judeus.

Projeto de Lei no 3.116/97, reapresentado como PL no 32/99 - pretende estabelecer a obrigatoriedade de apresentação do Balanço Social para entidades públicas e empresas

Herbert de Souza (Betinho) e Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) promovem eventos, propõem modelo e incentivam publicação do Balanço Social

FGV- funda o Centro de Estudos de Ética nos Negócios (CENE)

Diversas leis municipais e estaduais incentivam a publicação do Balanço Social das empresas

Lançamento do selo "Empresa Cidadã" da Câmara Municipal de São Paulo premiando empresas com Balanços Sociais de qualidade

1ª Conferência Internacional do Instituto Ethos de Empresa e Responsabilidade Social

1ª Versão dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

Primeira edição do Prêmio Balanço Social - Abamec, Aberje, Ethos, Fides, Ibase

Seminário de Capacitação em Balanço Social - Abamec, Aberje, Ethos, Fides, Ibase

Guia de Elaboração de Relatório e Balanço Anual de Responsabilidade Social Empresarial do Instituto Ethos

ONU - Global Compact (Pacto Global) promoção e implementação de nove princípios nas áreas de direitos humanos, trabalho e meioambiente

EUA - Dow Jones Sustainability Index (DJSI) - que define a sustentabilidade de acordo com critérios econômicos, sociais e ambientais

ECO 92 (ONU) gera a Agenda 21- documento que traduz o compromisso das nações para mudança do padrão de desenvolvimento no próximo século

ISO 14000 - Gestão Ambiental - em decorrência da ECO/92

Institute of Social and Ethical AccountAbility - cria a Norma AA1000

Lei no 8.116/98 - Porto Alegre cria o Balanço Social para empresas estabelecidas no Município

GRI - Global Reporting Initiative - movimento internacional pela adoção e uniformização dos relatórios socioambientais publicados pelas empresas

SA8000 - criada norma de certificação voltada para condições de trabalho

1986-94 1990

1988-93

1992

1992

1996

1997

1997

1998

1999

1999

2000

2000

2002

2001

2003

Bibliografia

BALANÇO SOCIAL. Disponível na Internet:

<<http://www.balancosocial.org.br>>.

CARROL, Archie B. and BUCHHOLTZ, Ann K. *Business & Society: ethics and stakeholder management*. Cincinnati: South-Western College Publishing, 1999.

DE LUCA, Márcia Martins Mendes. *Demonstração do Valor Adicionado: Do cálculo da Riqueza Criada pela Empresa ao Valor do PIB*. São Paulo: Atlas, 1998.

GONELLA, Cláudia. *Making Values Count: Contemporary Experience in Social and Ethical Accounting, Auditing, and Reporting*. Londres: The Association of Chartered Certified Accountants, 1998.

INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY. Disponível na Internet: <<http://www.accountability.org.uk>>.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. Disponível na Internet: <<http://www.ibase.org.br>>.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Disponível na Internet:

<<http://www.globalreporting.org>>.

KROETZ, Cesar E. S. *Balanço Social*. São Paulo: Atlas, 2000.

KÜNG, Hans. *Uma ética global para a política e a economia mundiais*. Petrópolis: Vozes, 1999.

SROUR, Robert Henry. *Ética Empresarial*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

ZADEK, Simon. *Responsabilidade Social 1000 (AA1000) - norma básica em responsabilidade social e ética, auditoria e relato*. Conferência Nacional 2000 do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (Trad. Paulo Ivo).

Realização

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

www.ethos.org.br

Patrocínio



Fundação Volkswagen



AS ELETROPAULO

Apoio



THE WILLIAM AND FLORA
HEWLETT FOUNDATION



Este material foi impresso em papel produzido e doado pela Klabin.
Pasta — papel cartão Kladur 270g; Capa — papel cartão Kladur 230g;
Miolo — papel Ecograph 90g, a partir de celulose Oxicell não branqueada quimicamente.