



**Guia de
Elaboração
do Balanço
Social
2005**

INSTITUTO
ETHOS

Patrocinadores

Abradee

A Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica – Abradee, com apoio da Fipe, concede anualmente para suas associadas, desde 1999, o Prêmio Abradee. A partir da versão 2000, passou a ser concedido o Prêmio Abradee de Responsabilidade Social, para o qual contamos com o apoio do Instituto Ethos, mediante a utilização, em caráter pioneiro no país, dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial.

Chesf

A Chesf decidiu patrocinar as Ferramentas de Gestão Ethos 2005 por entendê-las como instrumentos importantes de aprendizagem e de avaliação da gestão, considerando os interesses de todos os públicos com os quais se relaciona. A Empresa, maior geradora de energia elétrica do país, tem a responsabilidade social incorporada na sua missão e sente-se orgulhosa em estar contribuindo, há mais de 50 anos, para o desenvolvimento do Nordeste.

A Chesf está utilizando as ferramentas de gestão Ethos para verificar a conformidade das suas práticas com a sustentabilidade econômica, social e ambiental, e tem atuado para que seus públicos de relacionamento também incorporem os conceitos de responsabilidade social empresarial nas suas decisões.

CPFL

Ao patrocinar o kit Ferramentas de Gestão, que traz um novo instrumento de diagnóstico para verificar a conformidade dos planos, políticas e práticas das empresas aos princípios do Global Compact, a CPFL reafirma o seu compromisso de contribuir para que as empresas possam, como é de sua cultura, ligar de forma pragmática seus interesses aos interesses da sociedade. E reafirma o seu entendimento de que só é possível construir sustentabilidade se o compromisso de todos, nesse sentido, for legítimo.

Natura

As ferramentas de gestão Ethos são instrumentos valiosos para que empresas avaliem sua gestão sob o ponto de vista dos públicos com os quais se relaciona. Na Natura, eles têm sido úteis para provocar importantes discussões internas e para estruturação de planos de ação. O Banco de Práticas e o Localizador são fontes importantes para conhecer melhores práticas empresariais, além das ferramentas de gestão, fundamental às empresas que desejam aplicar princípios do desenvolvimento sustentável.

Petrobras

A Petrobras patrocina o Kit Ferramentas de Gestão, desenvolvido pelo Instituto Ethos, com o propósito de consolidar anualmente o compromisso por uma gestão empresarial socialmente responsável. A Companhia aceita o desafio de estimular as corporações a atuarem em responsabilidade social e ambiental, por meio da formação de parcerias que possibilitem a construção de uma sociedade mais justa. Associada à excelência em suas operações de produção e refino de óleo e gás, a Petrobras dedica o mesmo empenho a suas ações nas áreas social e ambiental, com o objetivo de promover o desenvolvimento com cidadania.

Ripasa

A Ripasa S/A Celulose e Papel reconhece que atitudes positivas em relação às comunidades com as quais interage fortalece cada vez mais sua missão que está alicerçada em valores como ética, respeito e parceria. Participar com o Instituto Ethos desta publicação revela que todos podemos desempenhar papéis qualificados e comprometidos, disseminando uma cultura de auto-avaliação e aprendizagem para conquista de práticas consistentes.

SESI

O Sesi Santa Catarina defende que, ao apoiar as Ferramentas de Gestão do Instituto Ethos, contribui para a disseminação e a promoção de práticas e valores indispensáveis ao desenvolvimento sustentável. Atuando como fornecedor de serviços sociais à Indústria, o Sesi conscientiza as empresas sobre a importância da responsabilidade social para a manutenção dos negócios e desenvolve programas para viabilizar seu exercício social, dentro de suas necessidades. Foi também com base nas Ferramentas de Gestão do Instituto Ethos que o Sesi SC desenvolveu seu programa interno de Gestão Socialmente Responsável, em vigor desde 2002.

GUIA DE ELABORAÇÃO DO
BALANÇO SOCIAL

2005

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

Rua Francisco Leitão, 469, 14º andar, conj. 1407

05414-020 – São Paulo, SP

Tel: (11) 3897-2400

Fax: (11) 3897-2424

Visite nosso site: www.ethos.org.br

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 2005

Gláucia Terreo, Ana Lúcia de Melo Custódio, Renato Moya e Tatiana S. Miranda

Patrocínio

Associação Brasileira de Distribuição de Energia Elétrica (Abradee), CPFL,

Chesf, Ripasa, Natura, Petrobras e Sesi-SC

Apoio

The Willian and Flora Hewlett Foundation, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase)

e Inter-American Foundation (IAF)

Projeto e produção gráfica

Planeta Terra Design (Waldemar Zaidler e William Haruo)

Todos os direitos reservados.

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

Tiragem

10.000 exemplares

Impressão

Margraf Editora e Indústria Gráfica Ltda.

São Paulo, junho de 2005.



Impresso em papel couché Image Mate 240 g/m² (capa) e papel couché Kromma Silk 90 g/m² (miolo), fabricados pela Ripasa S/A Celulose e Papel, em harmonia com o meio ambiente.

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.

Para esclarecer dúvidas ou nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo serviço "Fale Conosco", do site www.ethos.org.br.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	5
ESTRUTURA DO BALANÇO SOCIAL	7
PRINCÍPIOS E CRITÉRIOS	7
Primeira Parte do Balanço Social – APRESENTAÇÃO	9
01. Missão e Visão	9
02. Mensagem do Presidente	9
03. Perfil do Empreendimento	10
04. Setor da Economia	10
Segunda Parte do Balanço Social – A EMPRESA	11
05. Histórico	11
06. Princípios e Valores	11
07. Estrutura e Funcionamento	11
08. Governança Corporativa	12
Terceira Parte do Balanço Social – A ATIVIDADE EMPRESARIAL	12
09. Diálogo com Partes Interessadas	12
10. Indicadores de Desempenho	13
10.1. Indicadores de Desempenho Econômico	13
10.2. Indicadores de Desempenho Social	17
I. Público Interno	17
II. Meio Ambiente	23
III. Fornecedores	27
IV. Consumidores e Clientes	28
V. Comunidade	30
VI. Governo e Sociedade	32
Quarta Parte do Balanço Social – ANEXOS	33
11. Demonstrativo do Balanço Social (Modelo Ibase)	35
12. Iniciativas de Interesse da Sociedade (Projetos Sociais)	35
13. Notas Gerais	35
CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
FATOS QUE MARCARAM O SURGIMENTO E A EVOLUÇÃO DO BALANÇO SOCIAL	36
BIBLIOGRAFIA	39

INTRODUÇÃO

O balanço social, ponto alto da gestão da responsabilidade social, é compreendido pelas entidades que o difundem como uma ferramenta fundamental para a consolidação de uma cultura empresarial que privilegie a transparência e permita à sociedade conhecer e valorizar os esforços das empresas no sentido de conciliar o sucesso econômico com resultados positivos do ponto de vista socioambiental, ou seja, em direção à sustentabilidade.

É também um instrumento de diálogo com as partes interessadas, na medida em que a comunicação das oportunidades e desafios sociais, econômicos e ambientais é imensamente superior à simples resposta a uma solicitação de informação, transformando-se em um ingrediente chave para a construção, sustentação e refinamento contínuo do engajamento das partes interessadas.

O balanço social é uma ferramenta de gestão empresarial e não deve ser utilizado somente para divulgar as atividades sociais da empresa. No processo de escolha de modelo e estrutura de seu balanço social, a empresa deve levar em conta que a responsabilidade social empresarial é um movimento que coloca a ética e a transparência como pilares de sustentação ao que se decide e se opera na empresa.

Há uma crescente tendência de incentivo à publicação de balanços sociais mais coerentes com as propostas das empresas interessadas em aplicar a responsabilidade social empresarial à gestão de seu negócio. Sejam das organizações não-governamentais ou representantes de setores da economia, é perceptível o interesse de que o balanço social seja reconhecido como um documento.

O Instituto Ethos em seu **Guia de Elaboração do Balanço Social** de 2004 já havia identificado a necessidade de que as empresas conheçam e adaptem à sua realidade empresarial um processo de coleta e divulgação de dados, que seja estabelecido em uma ordem similar à que segue:

1 Planejamento do trabalho e escolha da estrutura (modelo a ser adotado)

2 Designação de grupo de trabalho interno e partes interessadas externas a serem envolvidas*

* por exemplo, fornecedores, clientes, comunidade, governo e organizações ambientalistas, entre outros.

3 Coleta e adequação dos dados

4 A consolidação dos dados

5 A elaboração e análise do texto

6 A verificação e auditoria das informações

7 A publicação e divulgação do relatório

É também recomendada a consulta a partes interessadas sobre a qualidade das informações prestadas, após a publicação, para que as sugestões de alteração sejam consideradas no processo de elaboração do balanço social do período seguinte.

Este guia de elaboração foi criado com o objetivo de elevar a qualidade, consistência e credibilidade dos relatórios das empresas e incorpora como anexo, o modelo desenvolvido pelo Ibase (*Balanço Social Anual*).

Além desses modelos nacionais, há uma relevante contribuição mundial: o **Global Reporting Initiative (GRI – www.globalreporting.org)**. O GRI representa um grande esforço internacional, envolvendo empresas e organizações da sociedade civil, dirigido ao estabelecimento consensual de normas e padrões para orientar a confecção de relatórios de sustentabilidade empresarial.

O Instituto Ethos participa ativamente do GRI e recomenda a adoção, pelas empresas brasileiras, desse padrão. O presente **Guia de Elaboração de Balanço Social** oferece uma rota segura de aprendizado e experimentação rumo a esse objetivo.

ESTRUTURA DO BALANÇO SOCIAL

Princípios e Critérios

Espera-se que nos próximos anos, os balanços sociais venham a adquirir a consistência e a credibilidade de que gozam os relatórios financeiros. Dessa forma, é importante que os seguintes princípios e critérios sejam observados em sua preparação:

Relevância

As informações apresentadas serão julgadas úteis caso sejam percebidas como relevantes não só pela empresa, mas também pelos seus diferentes usuários. Isso exige um bom grau de conhecimento quanto às expectativas e necessidades desses usuários.

Veracidade

As informações serão consideradas confiáveis na medida em que demonstrem transparência, 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 das partes interessadas (*stakeholders*¹) 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 ambientais, econômicos e sociais considerados controversos; mas levar em conta a importância de incluir a discussão e o posicionamento da empresa sobre o assunto.

¹ *Stakeholder* – termo em inglês amplamente utilizado para designar as *partes interessadas*, ou seja, qualquer indivíduo ou grupo que possa afetar o negócio, por meio de suas opiniões ou ações, ou ser por ele afetado: público interno, fornecedores, consumidores, comunidade, governo, acionistas etc. Há uma tendência cada vez maior a se considerar *stakeholder* quem se julgue como tal, e em cada situação a empresa deve procurar fazer um mapeamento dos *stakeholders* envolvidos.

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 ambiental, econômica e social da empresa, o relatório deve ser apresentado em intervalos de tempo regulares. Apesar de a periodicidade anual ser a prática comum, devem-se considerar a possibilidade de atualizações mais frequentes de acordo com o tipo de determinadas informações. Também se devem considerar as diversas alternativas hoje possíveis para veiculação do relatório além da imprensa, graças às novas tecnologias de comunicação. De acordo com o público a que estiver sendo encaminhado, o relatório pode ser distribuído em versão completa ou resumida. Também deve-se considerar as diversas alternativas hoje possíveis para veiculação do relatório além da imprensa, como 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

A verificação e auditoria das informações contidas no relatório contribuem para sua credibilidade. Padrões internacionais de auditoria para relatórios de sustentabilidade já estão sendo desenvolvidos. Diante da exigência crescente das partes interessadas 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.

Clareza

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

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.

Primeira Parte do Balanço Social – APRESENTAÇÃO

01. Missão e Visão

Neste ponto a empresa apresenta sua missão e sua visão.

A missão é a razão de ser da organização, é a justificativa por meio da qual a empresa serve à sociedade. A empresa deve entender e assumir suas responsabilidades.

Por intermédio da visão, a empresa sabe para onde quer ir e o que quer ser num futuro determinado. É a direção estratégica da empresa, a forma como articula os desafios de ordem ética, ambiental, econômica e social no desenvolvimento de suas atividades fins e como consolida a presença desses aspectos no processo de tomada de decisão. Com a definição da visão não se irá prever o futuro, e sim construí-lo.

02. Mensagem do Presidente

Por meio desta mensagem, a empresa se posiciona perante 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 ambientais, econômicos e sociais 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 ambiental, econômico e social, bem como as implicações destes fatos nas estratégias futuras.

03. 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, na estrutura, na propriedade e nos produtos e serviços que ocorreram no presente relatório.			x

04. 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. No caso deste guia, serão apresentadas características específicas do setor de distribuição de energia elétrica, assim como suas questões de responsabilidade social específicas do setor.

Segunda Parte do Balanço Social – A EMPRESA

05. Histórico

Relato sucinto do surgimento e das etapas por que passou a empresa. Este item, pela sua natureza narrativa, representa uma oportunidade excepcional de comunicação do empreendimento com seus diferentes públicos.

Recomendamos uma estrutura de texto do tipo narrativo – contar histórias – e a adoção de uma linha de tempo para melhor visualização.

06. Princípios e Valores

A empresa explicita aqui os princípios e valores que norteiam os processos de tomadas de decisão.

Este pode ser um bom momento para, se possível, 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 sua estratégia de ação, para que sejam sempre motivo de diálogo com seus diferentes públicos.

Também podem ser citados os códigos que a empresa adota, bem como as principais instituições e iniciativas voluntárias das quais faz parte, ou apóia, e que expressam coerência com seus princípios e valores.

07. 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 com a empresa busca implementar seus princípios e valores nos planos ambiental, econômico e social.

08. Governança Corporativa

Neste item, a empresa apresenta seu sistema de governança, especialmente, no que se refere à estrutura e funcionamento do Conselho de Administração: sua missão, principais atribuições, os comitês que o integram e seu *modus operandi*, bem como os critérios de seleção dos conselheiros, sua qualificação profissional (destacando-se seu engajamento em questões socioambientais) e tempo de mandato.

- Descrição de mecanismos formais de avaliação periódica dos integrantes;
- Descrição da estrutura que assegura o controle da propriedade sobre a gestão; prevenção/coibição de abusos de poder de seus integrantes, fraudes por uso de informação privilegiada em benefício próprio/ terceiros ou atuação em conflito de interesses; combate ao suborno e outras práticas de corrupção, a criação de "contabilidades paralelas" ou de contas secretas e a elaboração de documentos que não reflitam verdadeiramente as transações reportadas em relatórios.
- Descrição de política de utilização de estudos, pesquisas e consulta a especialistas para melhor fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioambientais e relativos a direitos humanos.

Terceira Parte do Balanço Social – A ATIVIDADE EMPRESARIAL

09. Diálogo com Partes Interessadas

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

- Os critérios utilizados na escolha das partes interessadas, seus atributos e sua relação com a empresa;
- 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 com que esses instrumentos são aplicados;
- Os tipos de informação obtidas com as pesquisas, 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 esclareçam 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 o 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 para a sociedade de resultados relevantes da gestão da empresa. 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:

Indicadores Descritivos:

descrição de resultados, políticas e práticas de gestão que representam indicadores de desempenho 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. Nesse sentido, propõe-se a apresentação de informações relativas a:

Aspectos Qualitativos

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

- Impactos no país por meio 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	2003	2004	2005	Meta 2006
(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 partes interessadas	2003	2004	2005	Meta 2006
GOVERNO				
Impostos expurgados os subsídios (isenções)				
EMPREGADOS				
Salários				
Encargos previdenciários				
Previdência privada				
Benefícios				
Participação nos resultados				
FINANCIADORES				
Remuneração de capital de terceiros				
ACIONISTAS				
Juros sobre capital próprio e dividendos				
RETIDO				
Lucros retidos/prejuízo do exercício				

Instruções para preenchimento

1. Geração de Riqueza (em milhares de R\$)	
(A) Receita bruta	Total da receita obtida por meio 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 da 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 por meio das atividades não-operacionais da empresa.
(G) Valor adicionado a distribuir (E+F)	–

2. Distribuição por Partes Interessadas (em milhares de R\$)	
GOVERNO	
Impostos, expurgados os subsídios (isenções)	Impostos, pagos aos governos federal, estadual e municipal (ICMS, IPI, ISS, imposto predial e territorial, imposto sobre a renda, imposto sobre operações financeiras e outros). São considerados uma remuneração pelo apoio das instituições governamentais à estrutura social, política e econômica que propicia à empresa condições de operação em seu ambiente.
EMPREGADOS	
Salários	Valor total dos salários brutos pagos pela empresa.
Encargos previdenciários	Encargos sociais e trabalhistas pagos pelo empregador (FGTS, indenizações etc.)
Previdência privada	Gastos do empregador com planos de previdência privada.
Benefícios	Total dos benefícios oferecidos aos empregados (assistência médica, alimentação, creche etc.)
Participação nos resultados	Valor pago aos empregados na forma de participação nos resultados da empresa

CONTINUA >>

>>CONTINUAÇÃO **Distribuição por Partes Interessadas (em milhares de R\$)**

FINANCIADORES	
Remuneração do 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
RETIDO	
Lucros retidos/prejuízo do exercício	Lucro ou prejuízo ocorrido no período

II. Produtividade

Indicadores de produtividade	2003	2004	2005	Meta 2006
Margem Bruta				
Margem Líquida				
Giro dos Ativos (margem líquida/ativo médio)				
Retorno sobre Ativo Médio (ROA) (Lucro Operacional/Ativo Médio*)				
Índice de Endividamento (empréstimos+ financiamentos/patrimônio líquido)				
Índice de liquidez				

* Lucro Operacional = Receita Líquida - Custo dos Produtos ou serviços vendidos - despesas de vendas, despesas gerais e despesas administrativas.

III. Investimentos

Itens de investimento	2003	2004	2005	Meta 2006
Pesquisa e desenvolvimento				
Melhoria da produtividade				
Aumento da capacidade produtiva				
Educação/treinamento				
Programas para a comunidade				

Outros Indicadores Sugeridos

- Efeitos/impactos econômicos decorrentes 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 sobre o público interno, fornecedores, consumidores/ clientes, a comunidade, o governo e a sociedade em geral.

Como já vem sendo demonstrado pelo mercado, a transparência e o bom desempenho nesses indicadores afetam positivamente a imagem corporativa e se traduzem em diferenciais competitivos junto às partes interessadas.

O processo de aplicação dos **Indicadores Ethos de RSE*** pode auxiliar no processo de coleta de dados quantitativos para elaboração do balanço Social, bem como na descrição das políticas, conquistas obtidas e desafios para o próximo período.

I. Público Interno

A empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores, consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da Organização Internacional do Trabalho (OIT), até porque isso é um pressuposto indispensável. A empresa deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seu público interno, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento de suas relações com funcionários. A seguir listamos os aspectos e indicadores que devem ser contemplados com relação a este *stakeholder*.

1. Diálogo e Participação

1.1. Relação com sindicatos

Indicadores descritivos

- 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 sugeridos:

	2003	2004	2005
Número de greves			

• Versão 2005 disponível para *download* em www.ethos.org.br. Informações pelo e-mail indicadores@ethos.org.br.

1.2. Gestão participativa

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

Indicadores quantitativos sugeridos:

	2003	2004	2005	Meta 2006
Número de inovações/melhorias implantadas a partir de sugestões de empregados				
Número de representantes dos empregados que participam de comitês de gestão ou nas decisões estratégicas				

1.3. Relações com Trabalhadores Terceirizados

Indicadores descritivos

- 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 sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Percentual de trabalhadores terceirizados em relação ao total da força de trabalho				

2. Respeito ao Indivíduo

2.1. Trabalho Infantil

Indicadores descritivos

- 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 sugeridos:

	2003	2004	2005	Meta 2006
Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de mão-de-obra infantil				
Número de menores aprendizes				

2.2. Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo

Indicadores descritivo

- 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 sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de trabalho análogo ao escravo.				

2.3. Diversidade

Indicadores descritivos

- Descrição de programas de contratação com critérios que contemplem indivíduos provenientes de grupos usualmente discriminados como negros (pretos e pardos), indivíduos com idade superior a 45 anos, desempregados há mais de dois anos, portadores de deficiência física ou mental e ex-detentos.
- Descrição de projetos/programas para melhorar a oferta de profissionais qualificados provenientes de grupos usualmente discriminados no mercado de trabalho.
- Descrição de política, norma e processos para combater situações de assédio sexual.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos sugeridos

I. Perfil dos empregados (dados do ano corrente)

Empregados	Percentual em relação ao total de empregados	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 (pretas e pardas)			
Homens negros (pretos e pardos)			
Pessoas com deficiência			
Pessoas acima de 45 anos			

II. Perfil de salários (salário médio no ano corrente)

Categorias	Homens Negros (pretos e pardos)	Homens Brancos	Mulheres Negras (pretas e pardas)	Mulheres Brancas
Cargos de diretoria				
Cargos gerenciais				
Cargos administrativos				
Cargos de produção				

3. Trabalho Decente

3.1. Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

Indicadores descritivos

- 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 de seus 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, 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 sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Média de horas extras por empregado/ano				
Média de acidentes de trabalho por empregado/ano				
Índice de absenteísmo				
Percentual dos acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou de prestadores de serviço				
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)				
Percentual dos acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço				

3.2. Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

Indicadores descritivos

- 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 sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Percentual de analfabetos na força de trabalho				
Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano				
Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação				
Percentual de estagiários na força de trabalho				

3.3. Comportamento Frente a Demissões

Indicadores descritivos

- Descrição de política/critério 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 sugeridos

	2003	2004	2005
Número de empregados no final do período			
Número total de demissões no período			
Número total de admissões no período			
Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos			
Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos			

3.4. Preparação para aposentadoria

Indicadores descritivos

- Descrição de programa formal de preparação para a aposentadoria por meio da qual oferece oportunidades de aproveitamento da capacidade de trabalho dos aposentados e previdência privada.
- Descrição das conquistas obtidas
- Descrição dos desafios para o próximo período

Indicadores quantitativos sugeridos

	2003	2004	2005
Número de beneficiados pelo programa de preparação para aposentadoria			

II. Meio Ambiente

A empresa relaciona-se com o meio ambiente causando impactos de diferentes tipos e intensidade. Uma empresa ambientalmente responsável deve gerenciar suas atividades de maneira a identificar estes impactos, buscando minimizar aqueles que são negativos e amplificar os positivos. Deve, portanto, agir para a manutenção e melhoria das condições ambientais, minimizando ações próprias potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando para outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos neste sentido.

1. Responsabilidade Frente às Gerações Futuras

1.1. Comprometimento da Empresa com a melhoria da qualidade ambiental

Indicadores descritivos

- 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 voltada 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 em direção à relação dos volumes de gases do efeito estufa emitidos na atmosfera, tais como CO₂ e metano.
- Protocolo de Montreal (sobre a destruição da camada de ozônio): processos e resultados alcançados em direção à redução dos 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.

	2003	2004	2005	Meta 2006
Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (em reais)				
Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental				
Consumo anual de energia (em kWh)				

Consumo anual de combustíveis fósseis	2003	2004	2005	Meta 2006
gasolina/diesel (em litros)				
óleo combustível (em toneladas)				
gás - GLP/GN (em m ³)				

1.2. Educação e Conscientização Ambiental

Indicadores descritivos

- 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 sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Número de empregados treinados nos programas de educação ambiental				
Número de campanhas realizadas para fortalecimento da educação ambiental na sociedade				

2. Gerenciamento do Impacto Ambiental

2.1. Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços

- 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 insumos, produtos e embalagens recicláveis ou biodegradáveis e a redução da poluição gerada. No caso desta última, também se inclui na avaliação a atitude da empresa na reciclagem dos compostos e refugos originados em suas operações.
- Descrição de conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos sugeridos

Quantidade média de incidentes, autuações e/ou multas por violação das normas de proteção ambiental de:	2003	2004	2005	Meta 2006
Baixa gravidade				
Média gravidade				
Alta gravidade				
Número de horas de treinamento por ano para situações de emergência ambiental				
Número de autuações e/ou multas ambientais				
Percentual do faturamento bruto investido em estudos da cadeia produtiva de produtos ou serviços				
Melhorias implantadas nos processos operacionais existentes com o objetivo de prever, minimizar ou eliminar os potenciais agentes poluidores do ar, água e do solo				
Quantidade total de resíduos destinados adequadamente (pilhas, baterias, solventes, metais pesados, embalagens de agrotóxicos, óleos)				

2.2. Minimização de Entradas e Saídas de Materiais na Empresa

Indicadores descritivos

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 sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Total investido em programas de melhoria ambiental (em reais)				
Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental (em reais)				
Percentual do faturamento bruto gasto em programas de eficiência energética (em reais)				
Consumo anual de energia (em kWh)				

	2003	2004	2005	Meta 2006
Consumo anual de água (em m ³)				
Volume médio anual de CO ₂ e outros gases do efeito estufa emitidos na atmosfera em toneladas)				
Quantidade anual (em toneladas) de resíduos sólidos gerados (lixo, dejetos, entulho etc.)				

III. Fornecedores

A empresa socialmente responsável envolve-se com seus fornecedores e parceiros e vai além de cumprir os contratos estabelecidos, 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.

1. Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores

1.1. Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

- Descrição dos tipos de fornecedores, tais como grandes empresas, pequenas e médias empresas, grupos comunitários locais, cooperativas, associações de bairros, projetos de geração de renda, entre outros.
- Descrição da política de incentivo de seus fornecedores e parceiros a aderir aos compromissos que a empresa adota perante a sociedade.
- 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 dos procedimentos formais para erradicar o trabalho infantil na cadeia produtiva.
- Descrição dos procedimentos formais para erradicar o trabalho forçado ou análogo ao escravo na cadeia produtiva.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Número de fornecedores por porte				
Número de fornecedores que receberam visitas de inspeção de práticas de responsabilidade social				

1.2. Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

Indicadores descritivos

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

Indicadores quantitativos sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Número de programas de capacitação oferecidos aos fornecedores (pequenas e micro empresas)				

IV. Consumidores e Clientes

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

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

1. Dimensão Social do Consumo

1.1. Política de Comunicação Comercial

Indicadores descritivos

- Descrição da política de comunicação comercial.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos sugeridos

Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor	2003	2004	2005	Meta 2006
Quantidade de processos administrativos (Procon, IPEM, Vigilância Sanitária)				
Quantidade de processos judiciais (cíveis e criminais) recebidos				

1.2. Excelência do Atendimento

Indicadores descritivos

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

Indicadores quantitativos sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
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 (em minutos)				
Quantidade de inovações implantadas em razão da interferência do ouvidor e/ou do serviço de atendimento ao consumidor/cliente.				

1.3. Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

Indicadores descritivos

- 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 sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Número de processos sofridos por não-cumprimento de regulamentação relacionados à saúde e segurança do consumidor/cliente				
Número de produtos retirados do mercado por pressão de clientes/consumidores ou órgãos de defesa				
Número de produtos/serviços proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil				
Número de melhorias implementadas com o objetivo de oferecer produtos e serviços mais seguros				

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

1. Relações com a Comunidade Local

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

Indicadores descritivos

- Descrição da política de relacionamento com a comunidade.
- Descrição da política de relacionamento com organizações presentes na área de concessão.
- Descrição das conquistas obtidas.
- Descrição dos desafios para o próximo período.

Indicadores quantitativos sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Número de reclamações da comunidade de entorno por impactos causados pelas atividades da empresa				
Número de melhorias implantadas nos processos da empresa a partir das reclamações da comunidade				

2. Ação Social

2.1. Envolvimento e Financiamento da Ação Social

Indicadores descritivos

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

Indicadores quantitativos sugeridos

	2003	2004	2005	Meta 2006
Percentual do faturamento bruto destinado à ação social (não incluir obrigações legais, nem tributos, nem benefícios vinculados à condição de funcionários da empresa.				
Do total destinado à ação social, percentual utilizado em publicidade				
Do total destinado à ação social, percentual correspondente a doações em produtos e serviços				
Do total destinado à ação social, percentual correspondente a doações em espécie				
Do total destinado à ação social, percentual correspondente a investimentos em projeto social próprio				
Percentual de empregados que realizam trabalhos voluntários na comunidade externa a empresa				
Quantidade de horas mensais doadas (liberadas do horário normal de trabalho) pela empresa para trabalho voluntário de funcionários				

VI. 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, 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.

1. Transparência Política

1.1. Contribuições para Campanhas Políticas

Descrição da política e dos procedimentos para a doação para partidos políticos.

1.2. Práticas Anticorrupção e Propina

Descrição da política de combate à corrupção e propina.

2. Liderança e Influência Social

2.1. Liderança e Influência Social


Descrição da política de participação em associações, sindicatos e fóruns empresariais, impulsionando a elaboração conjunta de propostas de interesse público e caráter social.

2.2. Participação em Projetos Sociais Governamentais

Descrição da política de participação em projetos e ações governamentais e iniciativas voltadas para o aperfeiçoamento de políticas públicas na área social.

Quarta Parte do Balanço Social – ANEXOS

11. Demonstrativo do Balanço Social Modelo Ibase

Balanço Social Anual / 2004		iBase					
1. Base de cálculo		2004 Valor (mil reais)		2003 Valor (mil reais)			
Receita líquida (RL)							
Resultado operacional (RO)							
Folha de pagamento bruta (FPB)							
2. Indicadores sociais internos		Valor (mil R\$)	% Sobre FPB	Valor (mil R\$)	% Sobre FPB		
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	Valor (mil R\$)	% Sobre RO		
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	Valor (mil R\$)	% Sobre RO		
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa							
Investimentos em programas e/ou projetos externos							
Total dos investimentos em meio ambiente							
Quando ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficiência na utilização de recursos naturais, a empresa:		<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"/> 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%			
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		2004		Metas 2005			
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) empregados(as) + Cipa	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as) + Cipa
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 CIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a CIT	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da CIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a CIT
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 de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:		<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apoia	<input type="checkbox"/> incentiva e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apoia	<input type="checkbox"/> incentiva 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 2004:			Em 2003:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):		_____ % governo	_____ % colaboradores(as)	_____ % associados	_____ % governo	_____ % colaboradores(as)	_____ % associados
7. Outras informações		_____ % ações	_____ % terceiros	_____ % resto	_____ % ações	_____ % terceiros	_____ % resto

Instruções para o preenchimento

Realização	Este Balanço Social (BS) deve apresentar os projetos e as ações sociais e ambientais efetivamente realizados pela empresa. Sugestão: este BS deve ser o resultado de amplo processo participativo que envolva a comunidade interna e externa.
Publicação	Este BS deve ser apresentado como complemento em outros tipos de demonstrações financeiras e socioambientais; publicado isoladamente em jornais e revistas; amplamente divulgado entre funcionários(as), clientes, fornecedores e a sociedade. Pode ser acompanhado de outros itens e de informações qualitativas (textos e fotos) que a empresa julgue necessários.
Selo "Balanço Social Ibase/Betinho"	A empresa que realizar e publicar o seu balanço social, utilizando este modelo mínimo sugerido pelo Ibase, pode receber o direito de utilizar o Selo Balanço Social Ibase/Betinho nos seus documentos, relatórios, papéis, produtos, embalagens, site etc. Mais informações e normas: www.balancosocial.org.br RESTRICÇÕES: o Selo Ibase/Betinho NÃO será fornecido às empresas de cigarro/fumo/tabaco, armas de fogo/munições, bebidas alcoólicas ou que estejam envolvidas em denúncias e/ou processos judiciais relativos à exploração de trabalho infantil e/ou qualquer forma de trabalho forçado.
1. Base de cálculo	Itens incluídos
Receita líquida	Receita bruta excluída dos impostos, contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais.
Resultado operacional	Este se encontra entre o Lucro Bruto e o LAIR (Lucro Antes do Imposto de Renda), ou seja, antes das receitas e despesas não operacionais.
Folha de pagamento bruta	Valor total da folha de pagamento.
2. Indicadores sociais internos	
Alimentação	Gastos com restaurante, vale-refeição, lanches, contas básicas e outros relacionados à alimentação do empregado(as).
Previdência privada	Planos especiais de aposentadoria, fundações previdenciárias, complementações de benefícios a aposentado(as) e seus dependentes.
Saúde	Plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde, inclusive de aposentado(as).
Educação	Gastos com ensino regular em todos os níveis, reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca (exceto pessoal) e outros gastos com educação.
Cultura	Gastos com eventos e manifestações artísticas e culturais (música, teatro, cinema, literatura e outras artes).
Capacitação e desenvolvimento profissional	Recursos investidos em treinamentos, cursos, estágios (exceto os salariais) e gastos voltados especificamente para capacitação relacionada com a atividade desenvolvida por empregado(as).
Creches ou auxílio-creche	Creche no local ou auxílio-creche a empregado(as).
Participação nos lucros ou resultados	Participações que não caracterizem complemento de salários.
Outros benefícios	Seguros (parcela paga pela empresa), empréstimos (só o custo), gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e outros benefícios oferecidos a empregado(as) podem ser aqui enumerados.
3. Indicadores sociais externos	
Total das contribuições para a sociedade	Somatório dos investimentos na comunidade que aparecem discriminados. Os itens na tabela aparecem como indicação de setores importantes onde a empresa deve investir (como habitação, creche, lazer e diversão, por exemplo). Porém podem aparecer aqui somente os investimentos locais que a empresa realiza regularmente.
Tributos (exceto encargos sociais)	Impostos, contribuições e taxas federais, estaduais e municipais.
4. Indicadores ambientais	
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	Investimentos, monitoramento da qualidade dos resíduos/efluentes, despoluição, gastos com a introdução de métodos não-poluente, auditorias ambientais, programas de educação ambiental para o(s) funcionário(s) e outros gastos com o objetivo de incrementar e buscar o melhoramento contínuo da qualidade ambiental na produção/operação da empresa.
Investimentos em programas/projetos externos	Despoluição, conservação de recursos ambientais, campanhas ecológicas e educação socioambiental para a comunidade externa e para a sociedade em geral.
Metas anuais	Resultado médio percentual alcançado pela empresa no cumprimento de metas ambientais estabelecidas pela própria corporação, por organizações da sociedade civil e/ou por parâmetros internacionais como o Global Reporting Initiative (GRI).
5. Indicadores do corpo funcional	
Nº de negro(s) que trabalhem na empresa	Considerar como trabalhadores(as) negro(s) o somatório de indivíduos classificados/auto-declarados como de pele preta e parda (conforme a RAJS).
6. Informações relevantes	
Relação entre a maior e a menor remuneração	Resultado absoluto da divisão da maior remuneração pela menor.
Número total de acidentes de trabalho	Todos os acidentes de trabalho registrados durante o ano.
Normas	Conforme as Convenções 87, 98, 135 e 154 da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e os itens da norma Social Accountability 8000 (SA 8000).
Valor adicionado	Mais informações: www.balancosocial.org.br/cgi/cplua.exe?sys/valor.htm?m?id=9&id=13
7. Outras informações	Este espaço está disponível para que a empresa agregue outras informações importantes quanto ao exercício da responsabilidade social, ética e transparência.

IMPORTANTE: antes de preencher o Demonstrativo do Balanço Social Modelo Ibase apresentado a seguir, certifique-se de que é o modelo mais recente visitando o site www.balancosocial.org.br. Lá você poderá obter também informações e instruções de preenchimento, saber quais são os critérios para conseguir o "selo Ibase" e conhecer outros três modelos de elaboração de balanço social desenvolvidos pelo Ibase: o Balanço Social para as Micro e Pequenas Empresas; o Balanço Social para Instituições de Ensino, Fundações e Organizações Sociais; e o Balanço Social para as Cooperativas.

12. Iniciativas de Interesse da Sociedade (Projetos Sociais)

Apresentação e descrição das diversas iniciativas de caráter social, ambiental, cultural, entre outros, desenvolvidas pela empresa.

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 de públicos da empresa.

Considerações Finais

Para facilitar a elaboração do relatório, está disponível no site do Instituto Ethos (www.ethos.org.br) uma área específica para esclarecimento de dúvidas mais freqüentes, assim como notas adicionais a este guia.

Fatos que marcaram o surgimento e a evolução do balanço social

Com a 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

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

A Constituição de Weimar (Alemanha) inaugura a idéia de "função social da propriedade"

1919 1960 1965 1972

Nos EUA, surgem movimentos pela responsabilidade social

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

Publicado "Da Sociologia da Contabilidade à Auditoria Sócio-Econômica", de Alberto Almada Rodrigues

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

1977 1978

1976

Na França, a Lei nº. 77.769/77 determina a publicação do balanço social (*bilan social*), voltado para relações de trabalho

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

A Fides organiza o Seminário Internacional sobre Balanço Social e lança o livro "Balanço Social na América Latina"

1980

A Nitrofertil elabora o primeiro balanço social do Brasil

1984

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

1985

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

1986-94

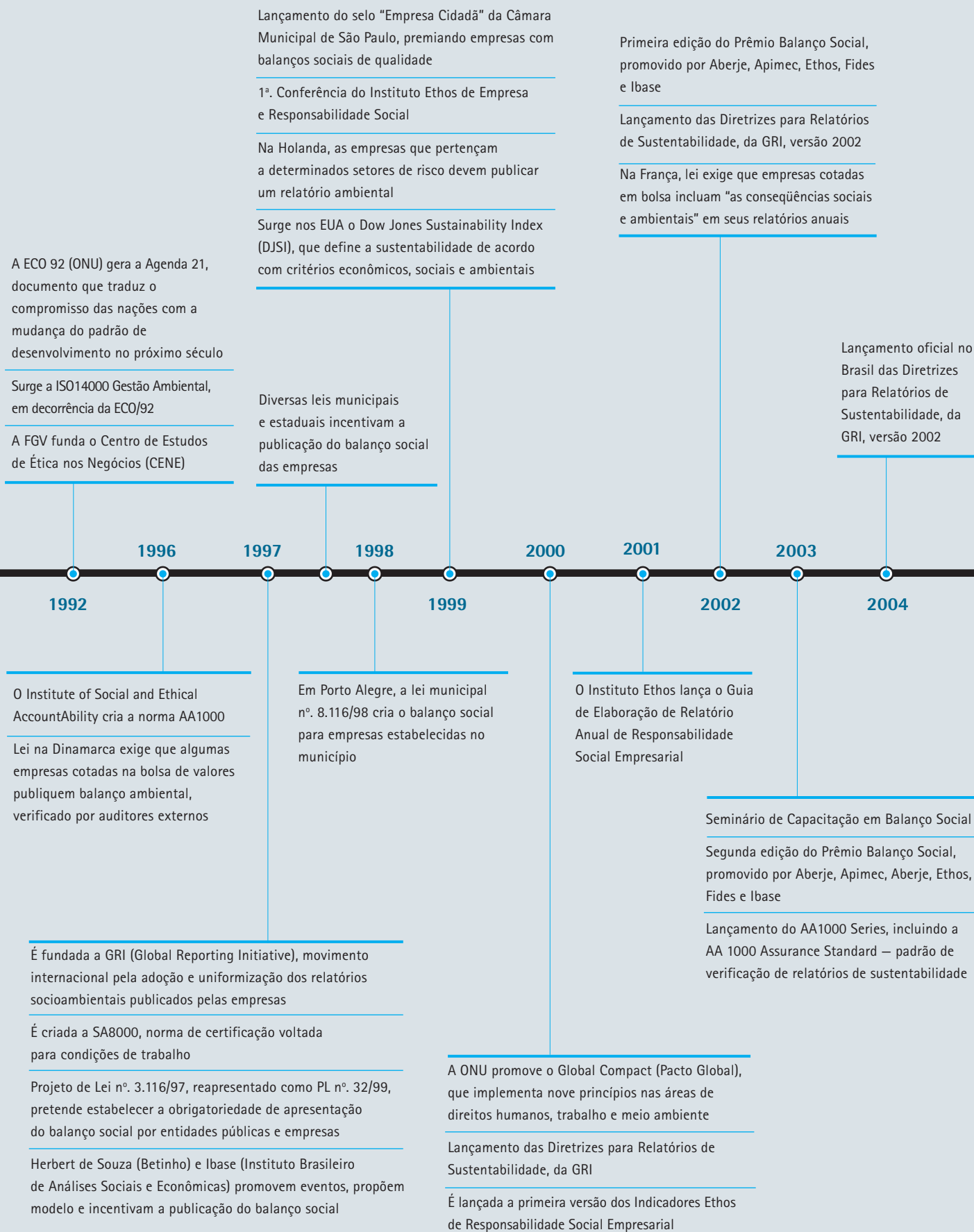
1988-93

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

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

1990

* As declarações The Caux Round Table e Interfaith consideram a importância de, paralelamente aos lucros para os *shareholders* (acionistas), haver 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 das obrigações relacionadas aos proprietários.



Bibliografia

BALANÇO SOCIAL. Disponível na internet: 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: www.accountability.org.uk.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS.
Disponível na internet: www.ibase.org.br.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Disponível na internet:
www.globalreporting.org.

KROETZ, César 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


CPFL
ENERGIA


ABRADEE

Chesf
Companhia Saneamento e Energia de São Francisco


natura
bem estar bem


PETROBRAS

 ripasa

SESIsc

Apoio



THE WILLIAM AND FLORA
HEWLETT FOUNDATION



Impresso em papel couché Image Mate 240 g/m² (capa) e papel couché Kromma Silk 90 g/m² (miolo), fabricados pela Ripasa S/A Celulose e Papel, em harmonia com o meio ambiente.