

Balço social: Instrumento de gestão e de transparência da responsabilidade social corporativa

## RESUMO

O Balço Social se constitui uma consequência das pressões sociais realizadas pela sociedade às empresas materializando a transparência das ações sócio-ambientais e econômicas realizadas por essas instituições, isto é um instrumento evidenciador da responsabilidade social corporativa. No Brasil, a elaboração e divulgação do Balço Social passaram a ser obrigatório para as companhias abertas após o surgimento da Lei 11.638/07. Este artigo objetiva demonstrar a importância da divulgação do comprometimento social das empresas através do Balço Social perante os stakeholders e analisar a estrutura do modelo de Balço Social elaborado IBASE, GRI e Instituto ETHOS. A técnica de pesquisa adotada para elaboração deste trabalho foi a partir de pesquisas bibliográficas, isto é, leitura e explicação de contribuições científicas já elaboradas. Constatou-se que a divulgação do Balço Social é uma forma de fortalecer a imagem institucional das companhias, marcas e produtos ligados a ela. No caso dos produtos e serviços, os stakeholders dão primazia aos oferecidos por empresas socialmente responsáveis em detrimento a outros, iguais em preço e qualidade, de empresas sem comprometimento social porque esses produtos/serviços agregam um interesse nos stakeholders de colaboração a causa social apoiada pela empresa. O ato se consolida através da compra do produto ou serviço. Esse demonstrativo também é empregado como ferramenta gerencial por evidenciar informações sobre políticas administrativas contribuindo no controle e ajuda do processo decisório e de determinação de estratégias.

Palavras-chaves: Balço Social. Responsabilidade Social Corporativa. Stakeholders .

## INTRODUÇÃO

Sabe-se que para escolher aqueles investimentos mais atrativos, assim como no processo de tomada de decisão interna, investidores e administradores se orientam por demonstrativos evidenciadores de informações econômico-financeiras das empresas.

A conjuntura econômica nos mostra que a globalização e o avanço da tecnologia, esta quando massacrante, trazem sérias consequências ao meio ambiente e ao ser humano. Isso se manifesta através de acidentes ecológicos e de condições subumanas que empresas submetem seus colaboradores em nome do lucro e dos resultados financeiros cada vez mais desafiantes. Então, torna-se imprescindível que haja uma forma de coibir atitudes devassas dessas empresas e premiar aquelas que fazem alguma ação benéfica pela comunidade e pelo meio ambiente. A partir dessa necessidade o Balço Social se constitui como uma ferramenta de tornar pública a responsabilidade social e o nível de comprometimento social das empresas. Internamente, é considerado um relatório de desenvolvimento do capital-trabalho por apresentar o perfil do corpo funcional e investimentos na sociedade e meio ambiente.

Melo Neto (2004) afirma que a idéia de responsabilidade social foi levantada entre o final do século XIX e início do século XX. Sua popularização ocorreu nos anos 60 nos EUA e na Europa, no Brasil só no início dos anos 80. Atualmente, o assunto possui uma vasta literatura e recebe vários sinônimos como: responsabilidade social corporativa,

cidadania corporativa, cidadania empresarial. O termo é considerado como uma postura voltada para a prática de promover o bem. Nesse caso as ações sociais revelam um comprometimento em transformar o social mediante a compreensão dos problemas e da importância da comunidade, ou seja, a empresa socialmente responsável observa sua razão de existir além de visar ao lucro comprometendo-se em cooperar por uma transformação social que quebre as barreiras das injustiças. Políticas Sociais promovidas pelas empresas acontecem por meio de: comprometimento com os interesses públicos; criação de ofertas de empregos; estímulo aos funcionários a sensibilizarem-se com as questões sociais; valorização e favorecimento dos talentos dos funcionários; garantia da lisura da boa imagem Institucional da empresa.

Então, a idéia de responsabilidade social é bastante abrangente envolvendo a preocupação com os funcionários, preservação do meio ambiente, respeito à diversidade social, entre outras.

A empresa para ser designada como empresa socialmente responsável adota projetos na área social (educação e saúde), proteção ao meio ambiente, igualdade nas oportunidades de empregos, doações para ajudar em campanhas e patrocínios de associações e eventos.

A riqueza da empresa, denominada contabilmente como patrimônio, está relacionada à imagem da empresa perante o consumidor. A prática da responsabilidade social, espontânea ou por pressão de grupos ambientalistas, atualmente não se constitui apenas em uma tendência, uma vez que a empresa que se preocupa em realizar projetos sociais detém vantagem competitiva em relação às outras, já que a responsabilidade social liga-se a imagem da empresa e aos produtos.

Diante do contexto, a figura do Balanço social torna-se ferramenta facilitadora para transparecer as ações sociais e nortear decisões específicas na empresa. No Brasil, até então, sua publicação tinha caráter voluntário, exceto Rio Grande do Sul, pois não existia lei que obrigasse sua elaboração e publicação. Mas, a Lei Federal nº. 11.638 de 28 de dezembro de 2007, que tornou obrigatória a elaboração e a publicação da Demonstração do Valor Adicionado para companhias abertas, logo, alcança Balanço Social, uma vez que a DVA é parte integrante do mesmo.

De acordo com as fontes consultadas, atualmente, não existiu um modelo padrão de Balanço Social, por isso as empresas costumam adotar modelos propostos por institutos, como o do ETHOS, IBASE e GRI fazendo ou não algumas adaptações. Este trabalho buscou responder a questão-problema: Qual a importância da elaboração e divulgação do Balanço Social para a empresa e para a sociedade como um todo?

O trabalho também buscou mostrar a estrutura dos modelos de Balanço Social elaborado IBASE, GRI e Instituto ETHOS. Voltada para essas questões que se quer examinar, aplicou-se pesquisa de cunho descritiva, que é a análise das características do assunto. A técnica de pesquisa adotada é a de caráter bibliográfica, que é a análise e explicação das produções textuais já existentes.

## **A CONCEPÇÃO DE BALANÇO SOCIAL E A SUA VINCULAÇÃO COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

A procedência da palavra balanço provém do latim *bilancis* e significa *hi-dois; lancis* = prato, ou seja, dá a idéia de balança, o que nos remete a noção de equilíbrio entre grandezas. Por isso, o termo Balanço Social, no sentido conceitual, é considerado como inadequado por estudiosos contábeis, já que esse demonstrativo corresponde a um relatório de evidenciação das ações sociais corporativas. O Balanço social, também denominado Relatório de Sustentabilidade ou Relatório da Responsabilidade Social, é um produto da Contabilidade Social publicado anualmente pela empresa que procura demonstrar aos interessados um conjunto de informações relacionadas aos projetos ambientais e ações sociais.

A norma Brasileira de Contabilidade NBC-T nº15, resolução CFC nº935/02 *apud* Santos (2004, p. 15) define o balanço social como:

Demonstração contábil que tem por objetivo a evidenciação de informações de natureza social com vistas a prestar contas a sociedade pelo uso dos recursos naturais e humanos, demonstrando o grau de responsabilidade social da entidade.

O Balanço Social se configura como uma ferramenta capaz de mostrar com clareza informações socioeconômicas e financeiras a cerca da atuação de cada empresa no meio social, ou seja, é uma forma de transparecer, reunir e tornar pública sua responsabilidade social através de informações estruturadas. Ele serve como complemento às informações tratadas pelos demonstrativos financeiros tradicionais.

Para Kroetz (1999) ele deve ser considerado, sobretudo, uma ferramenta gerencial, já que exprime e evidencia dados relativos a qualidade e quantidade das políticas administrativas, da interação da empresa com o meio externo. Essa interação pode ser analisada de maneira que favoreça a escolha de estratégias.

Grzybowski (2006, *apud* BARBOSA, s.d.), também considera esse relatório como um objeto de gestão e não um objeto de marketing. Através de sua análise, os administradores detectam pontos fracos da empresa em matéria de investimentos socioambientais e, conseqüentemente, consegue-se visualizar as áreas carentes de investimentos dessa natureza.

## **O PÚBLICO ALVO DO BALANÇO SOCIAL: A QUEM AS INFORMAÇÕES SOCIAIS SE DESTINAM**

A empresa interage com as células sociais exercendo influências favoráveis e desfavoráveis na esfera social, humana e ambiental. Então, os tipos de informações tratadas no balanço social alcançam várias informações contábeis (econômicas e sociais) para atender aos interessados.

Para Tinoco (2002) a sociedade inteira é o público alvo das informações contidas no Balanço Social, desde os grupos que prestam serviços a empresa (empregados), aqueles que usam/compram produtos seu (clientes), os acionistas potenciais e controladores, o governo, as autoridades monetárias, gestores, fornecedores, enfim todos aqueles que fazem parte do ambiente interno e externo da empresa. Cada um possui interesses

específicos, por exemplo, os clientes voltam a atenção para o modo com que é produzido os produtos, isto é, se na sua produção envolve algum processo de degradação ambiental e se estão sendo oferecidos com boas condições.

Complementando, Santos (2004) afirma que é através desse relatório que os empregados constataam políticas de investimento da empresa no corpo funcional; os fornecedores e investidores constataam o tipo de administração, se é aquela voltada para o bem estar social e qualidade de vida, valorização dos valores humanos dos empregados; os gestores utilizam o balanço social como subsídio para tomada de decisão sobre investimentos sociais em alguma área necessitada.

Portanto, o Balanço Social, na qualidade de ferramenta gerencial fornece à empresa informações valiosas para tomada de decisão e adoção de estratégias.

## **OS OBJETIVOS DO BALANÇO SOCIAL**

O Balanço Social tem como o principal objetivo mostrar à sociedade a atuação socialmente responsável da empresa, uma vez que, as ações desenvolvidas em prol da melhoria da sociedade e do meio ambiente ajudam instigar a valorização da cidadania corporativa acarretando no estreitamento da relação da empresa/sociedade.

Para Kroetz (2001), nos dias atuais, a elaboração do Balanço Social é adotada por muitas empresas e esse número vem crescendo por vários motivos: tornar público o planejamento e execução das ações socioambientais realizadas pela empresa; demonstrar a colaboração da empresa em prol da melhoria da qualidade de vida dos funcionários; mostrar os dispêndios destinados ao desenvolvimento de pesquisa e tecnologia; construção de uma espécie de banco de dados com informações que auxiliem na tomada de decisão interna sobre as áreas carentes de investimento.

Afinal, esse demonstrativo pode ser considerado instrumento de amplificação do grau de confiança da sociedade na empresa, assim como mostrar que o foco da empresa não é só o resultado lucrativo, mas também o resultado social devido a sua atuação socioambiental. O Balanço Social também se configura como um instrumento de negociação entre empresa e sindicatos ou representantes dos funcionários, além de agregar valor a marca e a imagem da empresa.

Portanto, ele evidencia publicamente política social empresarial a favor do crescimento e desenvolvimento da sociedade por meio de: abertura de novas vagas de emprego; gastos com treinamento para formação profissional; assistência social; medicina do trabalho para corpo funcional e políticas voltadas para proteção e preservação do meio ambiente.

Santos (2004) aprofunda mais o objetivo desse demonstrativo afirmando que a elaboração e divulgação do Balanço Social representam táticas de sobrevivência da empresa no mercado, porque o consumidor no momento de comprar um produto, além de levar em consideração a qualidade do produto, também inclui a responsabilidade social exercida por ela.

## **ELEMENTOS DA HISTÓRIA DO BALANÇO SOCIAL ATRAVÉS DOS TEMPOS**

Determinar o ano exato do surgimento do Balanço Social, segundo Santos (2007), não é tarefa fácil. Sabe-se que é um instrumento já elaborado há algumas décadas nos Estados Unidos da América, Canadá e na Europa por países como Alemanha, Espanha, Inglaterra, França e Portugal. A formação da idéia de responsabilidade social foi introduzida no mundo dos negócios na década de 1930.

O referido autor afirma que o Balanço Social era publicado na Alemanha em 1939. Na América, só durante a década de 60 nos EUA, no tempo do governo de Nixon que relacionou à aplicação da responsabilidade social nas empresas. Então, foi a partir daí que surgiu a idéia das empresas informarem a sociedade da sua atuação em benefício dos stakeholders . Esse interesse ocorreu devido ao acontecimento da guerra do Vietnã que desencadeou na sociedade uma ação de hostilidade às empresas.

Essa hostilidade repercutiu na rejeição aos produtos das empresas que financiavam a guerra e ao governo atual. Silva e Freire (2001, *apud* Santos 2004) enfatiza mais essa questão ao afirmar que organizações de sociedades civis disseminaram a idéia de que os armamentos bélicos prejudicavam o meio ambiente e impactavam negativamente na sobrevivência do homem. Então, as empresas envolvidas na guerra tiveram sua imagem desgastada e também por praticarem discriminação contra pessoas em função da raça e sexo no ambiente de trabalho nos EUA.

O Balanço Social veio como alternativa para reverter essa imagem negativa perante os investidores e acionistas.

A década de 1970 foi o marco da popularização da idéia de responsabilidade social na Europa, pois nessa época várias empresas elaboraram os primeiros Balanços Sociais. “Em 1971 a companhia alemã STEAG produziu uma espécie de relatório social, um balanço de suas atividades sociais.”(SANTOS, 2007, pág 9). Em 1972 a SINGER, empresa francesa, preparou o primeiro Balanço Social da história.

Segundo Silva e Freire (2001 *apud* BARBOSA, 2005) a idéia de evidenciar o comportamento sócio-responsável corporativo aqui no Brasil surgiu na década de 60 e foi fortemente influenciada pela ADCE (Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas). No Brasil, a Nitrofertil, em 1984 , elaborou o primeiro demonstrativo similar a um típico Balanço Social, concomitantemente, uma companhia denominada TELEBRAS também elaborava o seu relatório. Todavia, só a partir da década de 90 é que as empresas, raras, começaram a considerar seriamente a idéia de se elaborar um documento de divulgação das duas ações de cunho sócio-ambiental para a sociedade.

O BANESPA, por sua vez, também teve participação nesse processo de inserção da prática de elaboração e divulgação do Balanço Social e em 1992 elaborou o seu. Isto lhe rendeu o direito de participar do rol das empresas precursoras do Balanço Social.

O sociólogo Herbert de Sousa (conhecido por Betinho) e o IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) elaboraram em conjunto com representantes de empresas públicas e privadas um modelo simples de Balanço Social. Considerara-se simples porque organiza e estrutura as informações socioambientais num padrão de fácil entendimento. Padronizar informações através de modelos constitui-se uma forma de avaliar de maneira adequada a informação social de uma empresa para outra. O instituto

ETHOS também teve participação ativa elaborando um modelo de Balanço Social adaptado do modelo sugerido pelo IBASE.

O site do IBASE (pesquisa realizada em 24 nov. 2009) informa que empresas que adotam o modelo mínimo de Balanço Social proposto pelo IBASE podem receber o direito de utilizar o Selo Balanço Social IBASE/Betinho, nos documentos das empresas, nos papéis, produtos, embalagens, sites, entre outros meios. No entanto, o selo não pode ser conferido à empresas de cigarros, bebidas alcoólicas e armas de fogo/munições, inclusive o direito de usá-lo poderá ser vetado ou suspenso pelo IBASE segundo critérios que podem ser observados no site do [www.balancosocial.org.br](http://www.balancosocial.org.br).

## **O CONJUNTO DE LEIS ACERCA DO BALANÇO SOCIAL**

A figura do Balanço Social na França é bastante tradicional, mas a obrigatoriedade da elaboração e divulgação naquele país só aconteceu a partir de 1970 através da Lei 77.769 de 13 de julho de 1977 afirmou Barbosa (2005).

No Brasil, nas últimas décadas, muitos projetos de lei foram propostos referente a obrigatoriedade da elaboração e divulgação desse relatório. Na esfera Federal, temos o projeto de Lei nº 3.116 de 14 de maio de 1977 elaborado pelas Deputadas Marta Suplicy, Sandra Starling e Maria da Conceição Tavares. O projeto defendia a obrigatoriedade para empresas públicas independente do número de empregados e para as privadas que possuíam mais de cem empregados no exercício anterior a sua elaboração. No entanto, foi substituído pelo projeto nº32/99 elaborado pelo deputado Paulo Rocha-PT BA.

No campo estadual um projeto de lei proposto pelo Deputado Estadual Cezar Buzaatto e elaborado com participação do Conselho de Contabilidade do Rio Grande do Sul transformou-se na Lei nº 11.440 de 18 de janeiro de 2000, obrigando a elaboração do Balanço Social para as empresas situadas no Rio Grande do Sul.

O Vereador Helio Corebelini, filiado ao PBS, criou um projeto de lei que acabou sendo aprovado e transformando-se na Lei nº 8.118/98. Essa Lei tornou compulsória a elaboração do Balanço Social das empresas situadas no município de Porto Alegre. Ela foi publicada no Diário Oficial de 09 de janeiro de 1998.

No sudeste do país temos registros em São Paulo. Nesse Estado, uma resolução de nº005/98, elaborada pela Vereadora Adaiza Sposati, criou o Dia e o Selo da empresa cidadã. Essa resolução direciona-se a premiar as empresas de São Paulo que apresentaram qualidade no seu Balanço Social. Em Santo André-SP, o Vereador Carlinhos Augusto apresentou um projeto de Lei 004/97 que tratou da Criação do Selo Empresa Cidadã como forma de premiar empresas que também mostrarem qualidade em seu Balanço Social. Posteriormente, esse projeto transformou-se na Lei nº7.672 de 18 de junho de 1998.

Na região nordeste, estado da Paraíba, foi estabelecido através do projeto de Resolução nº 004/98, de autoria do Vereador Júlio Rafael o selo Herbert de Souza às empresas que exibirem qualidade em seu Balanço Social.

Todas as informações mencionadas acima foram extraídas do site do Ministério Público de Santa Catarina no texto Responsabilidade Social e Balanço Social disponibilizado no endereço [http://www.mp.sc.gov.br/gim/nv0\\_geral/infouteis\\_balanco.asp](http://www.mp.sc.gov.br/gim/nv0_geral/infouteis_balanco.asp).

Atualmente, com a aprovação da Lei Federal nº 11.638/07 em 28 de dezembro de 2007 que tornou compulsória a elaboração e divulgação do Demonstrativo de Valor Adicionado para as companhias abertas, o Balanço Social passa também a ter esse caráter, uma vez que a DVA é parte integrante do Balanço Social, afirmou Iudicibus (2009).

## **AS ESFERAS DO BALANÇO SOCIAL**

Atualmente, os modelos propostos de Balanço Social por institutos abrangem três assuntos: recursos humanos, meio ambiente e valor adicionado. As informações a cerca desses assuntos quando bem analisadas se constituem numa fonte informativa preciosa.

A elaboração do mesmo contempla a participação do departamento de pessoal; departamento contábil e departamento de sistema de informação contábil da empresa, afirma (TINOCO 2001, *apud* SANTOS 2004).

De acordo com Santos (2004), no geral, a seção recursos humanos traz informações referente ao perfil funcional e aos benefícios que lhe são conferidos pela empresa, quantidade de funcionários, classificação por sexo, idade, nível de escolaridade, auxílio cesta básica, entre outros. Essa abordagem constitui como um subsídio para as estratégias de investimento no corpo funcional ao identificar as faixas etárias e sexos menos beneficiados, consegue-se promover uma espécie de gerenciamento das atividades humanas dentro da empresa. Para os interessados externos, como o governo, auxilia na identificação dos setores menos beneficiados pelas políticas públicas e com isso facilita o direcionamento de recursos.

Os indicadores ambientais trazem informações da responsabilidade ambiental da empresa englobando investimentos em tecnologias antipoluentes, como máquinas, equipamentos, instalações, afirma Ribeiro e Lisboa (1999, *apud* BARBOSA, 2005). Esse enfoque demonstra o desejo da empresa, o comprometimento corporativo com as questões ambientais, uma vez que, essa interação influencia diretamente na continuidade da empresa, porque empresas que pratiquem atividades poluentes estão sujeitas a interdição governamental, multas, entre outras consequências.

A Demonstração do Valor Adicionado, outra seção do Balanço Social, compreende informações de natureza econômica como a quantidade de recursos gerada pela atividade empresarial na economia. Durante o processo de procura por soluções para os problemas sociais emergentes e crescentes o governo analisa as informações trazidas pela DVA de cada empresa.

A Lei Federal nº 11.638/07, conforme mencionada anteriormente, tornou obrigatória a elaboração com base na escrituração mercantil e a divulgação da DVA para as companhias abertas no fim do exercício social. A DVA deve indicar no mínimo: o valor da riqueza gerada pela companhia, a sua distribuição entre elementos que contribuíram para a geração dessa riqueza, tais como empregados, acionistas, e outros, bem como a parcela desse patrimônio não distribuída, conforme dispõe o artigo 188 dessa lei.

A Lei não determina um modelo padrão, apenas um que se demonstre um mínimo do patrimônio gerado, a distribuição e o valor não distribuído pela empresa. Esse assunto será tratado no próximo tópico.

## **OS MODELOS PROPOSTOS DE BALANÇO SOCIAL**

No Brasil as empresas costumam adotar três modelos de Balanço Social propostos pelo: Instituto ETHOS, IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), GRI (Global Reporting Initiative ou, no português, Iniciativa Global para Apresentação de Relatórios). Esse último é fundamentado no do GRI, mas ajustado à realidade brasileira, consoante Godoy (2007).

Por motivos estratégicos (otimização da transparência na divulgação) algumas empresas preferem criar um modelo próprio ou adaptar um modelo já estruturado por um desses institutos.

O Instituto ETHOS objetivando apresentar um Balanço Social digno de credibilidade e revelador da política de gestão empresarial voltada para compromisso com a responsabilidade social, propõe uma planilha, que é uma adaptação do modelo do IBASE, como Balanço Social. Assim, o Balanço Social proposto pelo ETHOS se estrutura da seguinte forma: apresentação (parte 1); a empresa (parte 2); atividade empresarial (parte 3); anexos (parte 4). Os indicadores inseridos na seção atividade empresarial contemplam informações de aspectos econômicos; social; ambiental; relação com fornecedores, consumidores e clientes; comunidade e governo e sociedade. Dentre as informações tratadas no Balanço Social do Instituto Ethos, a mensagem do presidente trata em expor situações de sucessos e empecilhos da empresa, transmitir as promessas da entidade e sintetizar os assuntos tratados no balanço. Os indicadores econômicos compreendem informações sobre a atividade produtiva empresarial desde sua evolução no período até a repartição da riqueza com a sociedade através de políticas socioambientais. No segmento dos indicadores sociais o relatório sintetiza dados sobre o corpo funcional (entre eles as ações em prol da qualidade de vida dos empregados); o conjunto de ações executadas em favor do meio ambiente; relacionamento com fornecedores; comunidades, cliente e governos. De acordo com informações extraídas do site [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br) Godoy (2007, p. 12), o Balanço Social proposto pelo Ethos é estruturado da seguinte forma:

**Parte 1: Apresentação** (missão e visão, mensagem do Presidente, perfil do empreendimento e setor da economia)

**Parte 2: A Empresa** (histórico, princípios e valores, estrutura e funcionamento, e governança corporativa)

**Parte 3: A Atividade Empresarial** (diálogo com partes interessadas e os indicadores de desempenho)

**Parte 4: Anexos** (demonstrativo do Balanço Social - modelo IBASE -, iniciativas de



interesse da sociedade - projetos sociais -, e notas gerais). Em relação aos indicadores propostos (Parte 3), alguns são descritivos, representando resultados e práticas de gestão que representam indicadores de desempenho em responsabilidade social, outros são quantitativos, representando resultados mensuráveis e monitorados apresentados em números, e outros referem-se a informações referentes a indicadores, tanto descritivos como quantitativos.

### **1. Indicadores de Desempenho Econômico:**

Aspectos descritivos: impactos por meio da geração e distribuição de riqueza; resultados oriundos da produtividade; e procedimentos, critérios e retornos de investimentos realizados na própria empresa e na comunidade.

Indicadores quantitativos: geração e distribuição de riqueza; produtividade; e investimentos.

### **2. Indicadores de Desempenho Social:**

#### **I - Público Interno:**

- **Diálogo e participação:** relação com sindicatos; gestão participativa; e relações com trabalhadores terceirizados.
- **Respeito ao indivíduo:** trabalho infantil; trabalho forçado ou análogo ao escravo; e diversidade.
- **Trabalho decente:** cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho; compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade; comportamento frente a demissões; e preparação para aposentadoria.

#### **II - Meio Ambiente**

- **Responsabilidade frente às gerações futuras:** comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade ambiental; e educação e conscientização ambiental.
- **Gerenciamento do impacto ambiental:** gerenciamento do impacto no meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços; e

minimização de entradas e saídas de materiais na empresa.

### **III - Fornecedores**

- **Seleção, avaliação e parceria com fornecedores:** critérios de seleção e avaliação de fornecedores; e apoio ao desenvolvimento de fornecedores.

### **IV - Consumidores e Clientes**

- **Dimensão social do consumo:** política de comunicação comercial; excelência do atendimento; e conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços.

### **V - Comunidade**

- **Relações com a comunidade local:** gerenciamento do impacto na comunidade de entorno e relacionamento com organizações locais.

- **Ação social:** envolvimento e financiamento da ação social.

### **VI - Governo e Sociedade**

- **Transparência política:** contribuições para campanhas políticas; e práticas anticorrupção e antipropina.

- **Liderança e influência social:** liderança e influência social; e participação em projetos sociais governamentais.

De acordo com pesquisas realizadas por Godoy (2007), o modelo 2008 proposto pelo IBASE engloba indicadores distribuídos de forma simples e objetiva, tratando todas as informações numa única planilha dividida em sete grupos e nesses, vários subgrupos, facilitando a análise.

Quadro 1: Descrição dos grupos de Balanço Social Modelo IBASE

## Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

