

## Balço social como guia para o desenvolvimento sustentável

A aproximação do final do ano nos faz pensar no que fizemos durante o período: erros, acertos, cumprimento de metas. Enfim, este pensamento acaba se traduzindo num balanço. No ambiente empresarial, não é diferente. A necessidade de prestar contas a direção da empresa, acionistas, etc faz com que uma enorme quantidade de informação seja reunida para elaboração de um documento que serve de medida para avaliação dos resultados e do desempenho econômico-financeiro da empresa. Todo um conhecimento foi acumulado ao longo dos anos para que as empresas pudessem apresentar seus resultados financeiros. Profissionais se especializaram para este trabalho, bem como para análise e auditoria desses demonstrativos.

Num momento em que procuramos alertar as empresas para a necessidade de adotarem a ética e a responsabilidade social em sua gestão, acreditamos que um importante passo nessa direção seria a publicação de balanços sociais que refletissem justamente não só as políticas de responsabilidade social das empresas, mas também os índices e números adotados para sua publicação. Há ainda dúvidas de quais seriam os mais adequados indicadores sociais de uma empresa. No entanto, a experiência brasileira e internacional já demonstram ser possível preparar um balanço social que apresente os dados da empresa de modo sistemático e que sirva como instrumento para um planejamento estratégico. Destacamos, nesse sentido, propostas de padronização de balanços sociais como a do Global Report Initiative (GRI), que tem por objetivo desenvolver e disseminar diretrizes para o desenvolvimento do relatório social com foco na sustentabilidade. O Institute of Social and Ethical Accountability (ISEA) é responsável pela Accountability 1000 (AA 1000), uma norma básica em Responsabilidade Social e Ética, Auditoria e Relato que enfatiza o diálogo entre empresas e seus diversos públicos. Entre nós, não poderíamos deixar de citar iniciativas valiosas para a promoção do balanço social como a do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase).

Todas essas iniciativas demonstram que o balanço social pode ser e é uma importante ferramenta de gestão para a empresa e não só uma peça de marketing para comunicação com o mercado. No Instituto Ethos, entendemos que faz parte da responsabilidade social das empresas adotar práticas que possam servir para a melhora dos processos de gestão, dando transparência à atividade empresarial perante seus diversos públicos. Dessa forma, as empresas que optam pela publicação de balanço social reafirmam o

compromisso crescente com a sociedade e sua disposição em contribuir para o desenvolvimento sustentável, entendido aqui como uma aliança entre a sobrevivência do planeta e da sociedade humana. Por isso, nos preocupamos, num primeiro momento, em criar uma ferramenta de gestão, auto-explicativa, que pudesse avaliar as práticas de responsabilidade social das empresas. Classificados em sete temas, que resumem o universo de públicos com os quais a empresa se relaciona (público interno, meio ambiente, governo e sociedade, fornecedores, valores e transparência, consumidor e comunidade), os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial servem como instrumentos de avaliação para as empresas que buscam excelência e sustentabilidade em seus negócios. O resultado da aplicação dos indicadores pode ainda auxiliar no planejamento das ações de responsabilidade social das empresas.

Qual a utilidade de um balanço social se não for a comunicação com o mercado e a sociedade? São muitas, mas nunca é demais destacá-las. A primeira delas é o complemento ao relatório contábil. Entre outras contribuições de empreender esforços para a preparação de um balanço social podemos citar a colaboração para a maior abertura e democratização nas relações com o público interno e externo. Além disso, estes dados podem servir como subsídios para negociações trabalhistas, para a compreensão de toda situação econômica da empresa, por incorporar fatores relevantes que refletem no desempenho presente e futuro da companhia, para auxiliar no gerenciamento de impactos e propiciar a economia de recursos, com a adoção de novas tecnologias e procedimentos.

Outros argumentos podem ser usados para a defesa da necessidade de um balanço social. A Pesquisa 2001 Responsabilidade Social das Empresas – Percepção do Consumidor Brasileiro, realizada pelo segundo ano consecutivo pelo Instituto Ethos, mostra que os consumidores estão exigentes no que se refere ao papel social das empresas. Os consumidores revelam-se preocupados com a ética empresarial, além da eficiência das companhias. A pesquisa revela, por exemplo, a principal preocupação dos consumidores na avaliação de empresas: 63% valorizam o tratamento ético dos funcionários e a ética nos negócios. Qualidade, imagem, prestígio, nome/ reputação da marca são itens importantes para 28% dos entrevistados.

É importante que a sociedade e os empresários, mais particularmente, percebam que as premissas de crescimento contínuo que orientam a economia não são mais adequadas

[www.nossasaopaulo.org.br](http://www.nossasaopaulo.org.br) e [www.cidadessustentaveis.org.br](http://www.cidadessustentaveis.org.br)

**REDE  
NOSSA  
DE  
SAOPAULO**



PROGRAMA  
CIDADES  
SUSTENTÁVEIS

diante da realidade de esgotamento de recursos naturais no planeta e não dão conta do enorme impacto do crescimento econômico na sociedade como um todo. A lógica do lucro inclui, hoje, a lógica da responsabilidade social, que implica no reconhecimento e na necessidade de fortalecer os vínculos comerciais e sociais da empresa.

Oded Grajew

