

IDENTIFICAÇÃO DAS AÇÕES SOCIAIS PRATICADAS PELAS MAIORES INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS DO BRASIL

THALLITA BARCELONA DE OLIVEIRA

Maisa De Souza Ribeiro

Resumo:

Com o passar dos tempos percebe-se que as empresas modificaram a cultura que as norteava, comprometendo-se com as questões sociais e atendendo não somente aos seus interesses, mas também aos dos stakeholders, ou seja, todos os agentes envolvidos com a organização. Este trabalho buscou identificar as ações sociais praticadas pelas maiores instituições financeiras do Brasil, o enfoque de contribuição e a participação delas no Produto Interno Bruto (PIB). Foi realizado um estudo multicaso entre o Bradesco, o Banco do Brasil, o Itaú, o Unibanco e o Banco Real. Trata-se de um estudo qualitativo realizado por meio de revisão bibliográfica e análise documental. Constatou-se que os relatórios sociais dos Bancos estudados versam, principalmente, sobre as ações relacionadas com os funcionários, investimentos em prol da comunidade em termos culturais e educacionais, sendo que algumas delas procuram ressaltar o aspecto social de alguns de seus produtos e serviços destinados a populações menos abastadas. Há informações sobre o valor destinado pelas instituições aos cofres governamentais. Constatou-se, ainda, que o valor adicionado pelas cinco instituições financeiras estudadas foi de 3,39% do PIB nacional de 2004.

Área temática: *Gestão de Custos Ambientais e Responsabilidade Social*

Identificação das ações sociais praticadas pelas maiores instituições financeiras do Brasil

Resumo

Com o passar dos tempos percebe-se que as empresas modificaram a cultura que as norteava, comprometendo-se com as questões sociais e atendendo não somente aos seus interesses, mas também aos dos *stakeholders*, ou seja, todos os agentes envolvidos com a organização. Este trabalho buscou identificar as ações sociais praticadas pelas maiores instituições financeiras do Brasil, o enfoque de contribuição e a participação delas no Produto Interno Bruto (PIB). Foi realizado um estudo multicaso entre o Bradesco, o Banco do Brasil, o Itaú, o Unibanco e o Banco Real. Trata-se de um estudo qualitativo realizado por meio de revisão bibliográfica e análise documental. Constatou-se que os relatórios sociais dos Bancos estudados versam, principalmente, sobre as ações relacionadas com os funcionários, investimentos em prol da comunidade em termos culturais e educacionais, sendo que algumas delas procuram ressaltar o aspecto social de alguns de seus produtos e serviços destinados a populações menos abastadas. Há informações sobre o valor destinado pelas instituições aos cofres governamentais. Constatou-se, ainda, que o valor adicionado pelas cinco instituições financeiras estudadas foi de 3,39% do PIB nacional de 2004.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Instituições financeiras, Contabilidade

Área Temática: Gestão de Custos Ambientais e Responsabilidade Social

1 Introdução

Ao longo da história, a sociedade passou por processos de intervenção e imposições do Estado, e sem opções, tinha que aceitar a autoridade a que era submetida. Segundo Catardo (2004), a partir dos anos 70, ocorreu um fortalecimento da sociedade civil em relação ao Estado autoritário, processo esse que culminou num grande aumento do número de organizações não governamentais, tendo como consequência, já nos anos 90, período em que o Brasil passou por uma profunda abertura econômica internacional, o surgimento de importantes parcerias entre Estado, empresas e ONGs, atuando significativamente por meio dos códigos de ética e da responsabilidade social.

A responsabilidade social, utilizada hoje como uma importante aliada do desenvolvimento social do país, é uma forma de estabelecer um vínculo entre o setor econômico e o social e ambiental. Várias empresas privadas, órgãos públicos, instituições e até mesmo a população, vêm contribuindo para a formação de uma sociedade mais justa e igualitária para todos. De acordo com Ferreira *et al.* (2004, p. 1), *A sociedade está consciente do seu papel nas organizações e exige não só qualidade e preço, mas também o comprometimento com as questões sociais.*

As instituições financeiras pertencem a um relevante setor econômico, que viabiliza investimentos, influencia na dinâmica dos negócios em todo o mundo e podem ser importantes aliadas nesse processo de responsabilidade e mobilização social, por terem contato e oportunidade de mobilizar vários segmentos da sociedade. Além disso, segundo

Martins, M. (2004, p.1-2), são capazes de gerar empregos, *proporcionando benefícios sociais, pagando impostos e se mantendo em continuidade que é a sua principal responsabilidade*, essas características conquistam o reconhecimento da comunidade, que *as torna partícipes do contexto de empresas cidadãs*.

As instituições financeiras são detentoras de grande parte da geração de lucros do país, mas, ao longo do tempo, foi possível perceber que a visão de lucro, por si só, já não era suficiente para alcançar os objetivos da entidade. Começou-se, então, a perceber, segundo Alberton, Carvalho e Crispim, (2004), que para a empresa dar continuidade aos seus negócios, ela deveria atender às necessidades de todos os agentes envolvidos, ou seja, clientes, governos, comunidade, funcionários e acionistas.

É dentro desse contexto que as instituições financeiras, segundo Martins, M. (2004), passaram a retribuir os benefícios recebidos da sociedade por meio de práticas sociais, e seus Balanços Sociais começaram a ser divulgados, a partir de 1992, com a publicação do primeiro Balanço Social do Banespa e em 1993, com a publicação do Balanço Social da Febraban – Federação Brasileira de Bancos.

Dentro desse cenário, estabeleceu-se um questionamento que este trabalho pretendeu responder: quais os tipos de ações sociais que têm sido empreendidas pelas instituições financeiras?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar as ações sociais praticadas e publicadas pelas maiores instituições financeiras em suas demonstrações contábeis.

1.2.2 Objetivos Específicos

Como objetivos específicos estabeleceu-se: a) analisar a importância da responsabilidade social no país, dando enfoque à colaboração das instituições financeiras e suas principais iniciativas; b) verificar o esforço de cada instituição para a área social; c) identificar o enfoque de contribuição que cada instituição segue; e d) analisar, por meio da Demonstração do Valor Adicionado, a contribuição dessas instituições para o PIB.

1.3 Justificativas

A contabilidade, entre outras funções, é capaz de apresentar por meio de números, a situação econômica, dados sobre desempenho econômico, financeiro, social e de responsabilidade corporativa. A principal justificativa ao tema, é que a contabilidade pode contribuir para a evidenciação das ações sociais de natureza econômico-financeira, possibilitando a confrontação das ações sociais com o patrimônio e o desempenho da empresa.

A importância do assunto justifica-se, também, pela necessidade de se desenvolver a consciência para os problemas da sociedade. Atualmente, é crescente o entendimento de que é papel de todos realizar ações para combater a desigualdade que atinge o país. As instituições financeiras têm um papel importante nesse processo, pois, conforme apresentado no desenvolvimento do trabalho, os Bancos estudados contribuem com parcela considerável do PIB e podem influenciar na dinâmica dos negócios de todo o mundo, têm grande potencial de

impacto indireto por meio de suas decisões de negócios e podem ajudar a desenvolver principalmente a capacitação profissional e o conceito de empreendedorismo entre os jovens por meio do incentivo à educação, facilitando, assim, a inserção no mercado de trabalho.

1.4 Metodologia

A metodologia utilizada foi a pesquisa qualitativa e descritiva, tendo em vista o objetivo de identificar as ações sociais das companhias. Tal análise configurou um estudo de multicasos, pois, segundo Martins, G e Lintiz (2000, p.36), [...] *Quando o estudo envolve dois ou mais sujeitos, duas ou mais situações, podemos falar de casos múltiplos, ou estudo multicaso*. O estudo valeu-se da pesquisa documental e bibliográfica.

A pesquisa envolveu o Bradesco, o Banco do Brasil, o Itaú, o Unibanco e o Banco Real, cuja definição se deu com base nos 10 primeiros classificados pela revista Exame, edição anual Melhores e Maiores, publicada em 2005, com dados referentes a 2004. Dentre os 10 melhores classificados, identificou-se os que haviam publicado o balanço social ou relatório social, individual.

2. A aplicação da responsabilidade social e sua importância para a sociedade

O processo de abertura econômica internacional trouxe consigo a globalização da economia e levou as empresas a procurarem diferenciais para se destacar entre seus concorrentes. Segundo Costa Filho (2004), as empresas começaram a dar mais importância às questões sociais do mundo à sua volta, fazendo com que surgisse o conceito de *empresa socialmente responsável*, implicando em grandes mudanças em sua concepção. De acordo com Costa Filho (2004 *apud* Torres 2001), o marco histórico no Brasil da utilização da expressão *responsabilidade social* foi a publicação, em 1965, da Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas. Atualmente, o conceito de responsabilidade social é abordado por diversos autores, que procuram definir o seu significado e demonstrar a sua importância para a sociedade em geral.

Para Fernandes (2001, p.2), *Responsabilidade social consiste no somatório de atitudes assumidas por agentes sociais – cidadãos, organizações públicas, privadas com ou sem fins lucrativos [...] e voltadas para o desenvolvimento sustentado da sociedade*.

Para o Instituto Ethos,

A noção de responsabilidade social empresarial decorre da compreensão de que a ação das empresas deve, necessariamente, buscar trazer benefícios para a sociedade, propiciar a realização profissional dos empregados, promover benefícios para os parceiros e para o meio ambiente e trazer retorno para os investidores. (www.ethos.org.br, acesso em 30/11/05)

De acordo com Wright, Kroll e Parnell (2000, p.117), *a responsabilidade social refere-se à expectativa de que as empresas ajam de acordo com os interesses públicos*. Afirmam, ainda, que hoje em dia espera-se mais que oferta de empregos e bens e serviços para os clientes:

[...] a sociedade espera que as empresas ajudem a preservar o ambiente, vendam produtos seguros, tratem seus funcionários com igualdade, sejam verdadeiras com seus clientes e, em alguns casos, cheguem até mais longe, oferecendo treinamento aos desempregados, contribuindo para a educação e as artes e ajudando a revitalizar áreas urbanas onde há concentrações de favelas.

Uma razão encontrada para que essa questão de responsabilidade social esteja sendo tão abordada refere-se aos ganhos que pode gerar junto aos consumidores, aos potenciais investidores e a novos parceiros, podendo, culminar em alavancagem do negócio da empresa. Além disso, pode-se, ainda, argumentar que, idealmente, deve haver uma relação direta entre o poder econômico e sua responsabilidade na solução de problemas sociais da comunidade, uma vez que as empresas se desenvolvem com base em elementos retirados da própria sociedade.

Teoricamente, caberia ao Estado, por meio de ações garantidas pela Constituição Federal, prover as necessidades básicas de seus cidadãos, mas limitado por motivos gerenciais e financeiros, demonstra incapacidade de manter a estrutura social básica, que vem sendo complementada por outras iniciativas da sociedade, tanto das empresas privadas como das organizações do Terceiro Setor.

Ashley *et al.* (2005, p. 152) afirmam que [...] *a abertura de espaço às ações sociais privadas foi um movimento simultâneo à redução de políticas públicas voltados para a promoção das garantias dos direitos sociais.* Ainda segundo os autores, as práticas de ação social empresarial foram incorporadas como uma forma de compensar os efeitos negativos das reformas liberais do Estado apoiadas pelas empresas e voltadas principalmente aos interesses econômicos e financeiros privados, e não a uma participação estatal mais ativa na resolução das grandes questões sociais e ambientais.

De modo geral, observa-se que as ações sociais empresariais não são necessariamente comprometidas com a eliminação da miséria e a constituição de uma sociedade mais justa, mas, sim com projetos que visam a seus próprios interesses, até porque a prática de responsabilidade social tornou-se um fator competitivo entre as organizações, o que de certa forma, garante a continuidade das iniciativas para a melhoria da qualidade de vida da população.

2.1 Balanço Social e Demonstração do Valor Adicionado

O Balanço Social é uma demonstração que tem por objetivo refletir a forma de interação da empresa com a sociedade, podendo conter informações no formato financeiro, econômico, físico, sobre produtividade, desempenho e resultados, sempre de cunho social.

Segundo Ferreira *et al.* (2004, p. 5-6):

O balanço social é composto por um conjunto de demonstrações de caráter contábil, econômico e financeiro cujo objetivo é levar ao conhecimento da sociedade o maior número de informações possíveis sobre o comprometimento social da empresa que o publica. Uma prestação de contas da empresa para com a sociedade.

O balanço social representa, conforme a definição de Kroetz (2000, p.152): [...] *a demonstração dos gastos e das influências (favoráveis e desfavoráveis) recebidas e transmitidas pelas entidades na promoção humana, social e ecológica. Os efeitos dessa interação dirigem-se aos gestores, aos empregados e à comunidade [...].*

Conforme afirma Kroetz (2000, p.82), a análise individual do Balanço Social, ou conjunta com as demais demonstrações contábeis, proporciona subsídios para criação de indicadores de qualidade para acompanhamento e avaliação quantitativa e qualitativa das relações organizacionais e de sua riqueza patrimonial.

Uma questão importante, segundo Ribeiro (2005), diz respeito à obrigatoriedade da publicação: enquanto alguns a defendem, para estabelecer uma padronização, possibilitando,

assim, a comparação entre empresas do mesmo setor e evitando que publiquem apenas o que lhes é conveniente, transformando o Balanço Social apenas em um instrumento de marketing; outros acreditam que ela deva ser deixada à escolha das empresas, justificando que o estabelecimento de um padrão pode não ser o mais adequado para todas.

Muitas empresas relacionam, conforme Tinoco (2001), a elaboração do Balanço Social a um custo adicional que não estaria previsto em seus gastos, prejudicando assim seu lucro. Entretanto, Kroetz (2000, p.154), contra argumenta que o custo na maioria dos casos é inferior aos benefícios da geração e divulgação das informações sociais e ecológicas, e [...] *não se fazem necessários grandes investimentos e mudanças estruturais para a preparação do balanço social.*

Note-se que é crescente a adesão das empresas ao movimento de elaboração e publicação do Balanço Social no Brasil, o que se tornou um fator de competitividade forte entre elas, sendo assim, problemas referentes ao custo, publicação de informações estratégicas, entre outros, tendem em breve a se tornarem questões normais na contabilidade da empresa, uma vez que a publicação do balanço social será de fundamental importância para sua continuidade. O balanço social possui dados sobre recursos humanos, meio ambiente, demonstração do valor adicionado, relacionamento com a comunidade, clientes e fornecedores.

A Demonstração do Valor Adicionado é uma vertente que ganhou destaque individual e embora não seja obrigatória a sua apresentação pelas empresas no Brasil, está se tornando a cada dia mais comum, principalmente entre as de grande porte, enriquecendo a informação contábil e social aos que analisam as demonstrações contábeis das organizações.

De acordo com Kroetz (2000, p.40) a DVA é:

[...] a diferença entre os recursos consumidos que a organização adquiriu de terceiros e o que ela produziu, ou seja, representa o que foi agregado de valor ao produto/serviço (riqueza gerada), dentro de seu ciclo operacional. Demonstrando, ainda, sua distribuição para empregados, governo, financiadores, acionistas/sócios etc.

A DVA evidencia o quanto foi adicionado à economia e da sua distribuição por meio de impostos pagos ao governo, juros e aluguéis destinados a financiadores externos, remunerações pagas aos trabalhadores e lucros atribuídos aos proprietários, sócios e acionistas.

As empresas pioneiras na publicação da Demonstração do Valor Adicionado, segundo Ribeiro (2005) são: a Telebrás e algumas de suas controladas (1991), a extinta CMTC – Cia. Municipal de Transportes Coletivos de São Paulo (1992), o Banespa (1992), e a Febraban (1993).

2.2 As instituições financeiras e a responsabilidade social

As instituições financeiras bancárias englobam [...] *os Bancos Comerciais, Bancos Múltiplos e Caixas Econômicas*, conforme Assaf Neto (2003, p.84). O grande objetivo dos Bancos, tanto os Comerciais quanto os Múltiplos, é o de realizar lucros através de suas intermediações financeiras, por meio das quais se torna possível, de acordo com Hillbrecht (1999, p.15), [...] *transferir os fundos disponíveis dos poupadores, ou seja, aqueles cuja renda é maior que seus gastos, para os investidores, ou seja, aqueles cujas oportunidades de gastos são maiores do que sua renda.* O aperfeiçoamento dessa intermediação, de acordo com Assaf Neto (2003), possibilita uma contribuição importante para o bem-estar econômico do país.

Os intermediários financeiros desempenham importantes funções no setor econômico, destacando-se as especializações nas negociações com títulos e na gestão de riscos de carteiras de ativos diversificadas, conforme Assaf Neto (2003). Os recursos das instituições financeiras, que permitem a realização dessas operações ativas, são provenientes principalmente, de acordo com Assaf Neto (2003, p.84), [...] *dos depósitos a vista e a prazo, operações de redesconto bancário e assistência financeira, e operações de câmbio.*

A responsabilidade social das entidades, de forma geral, está na contribuição para o desenvolvimento social e econômico sustentado, independente da atividade a que se dedicam. E, com se sabe, o conceito de responsabilidade social é dinâmico, pois têm se alterado conforme a conjuntura. Assim, se antes a única responsabilidade das empresas era com seus proprietários, hoje, ela já se expande aos funcionários, aos clientes, aos fornecedores, à comunidade, ao governo, entre outros.

Entretanto, além do caráter evolutivo, há de se ressaltar que ainda há falta de consenso sobre o que se compreende por responsabilidade social. Há quem entenda que sejam, apenas, as ações que estejam além das obrigatórias, enquanto outros entendem que sejam todas as que possam gerar impactos positivos, ou negativos (nesse caso, falta de responsabilidade social) sobre o meio sócio-ambiental, assim, a própria existência da entidade pode se constituir em uma ação social, dado que geraria empregos e, conseqüentemente, renda, impostos, entre outros. Há, também, os que ressaltam que os investimentos sociais devem ser conscientes, planejados e monitorados, diferenciando-se, assim, das ações filantrópicas.

Martins M. (2004) e Costa Filho (2004) vêm na própria essência da atividade bancária a responsabilidade social do setor, argumentando que o papel de intermediação financeira é fundamental para que haja circulação da moeda e, portanto, equalização das necessidades financeiras de uns com o excesso de outros. A geração de emprego, os investimentos em educação, treinamento, saúde, alimentação e lazer, também, são muito importantes para o desenvolvimento social, principalmente, dada a declarada incapacidade do Estado de continuar assistindo às necessidades básicas da população.

Costa Filho (2004) lembra, ainda, da contribuição prestada pelos Bancos ao arrecadarem os impostos devidos ao governo, dado que, independente da remuneração que recebem, é um ato fundamental para viabilizar as atividades governamentais.

O referido autor comenta que, em oposição à tão criticada rentabilidade auferida pelos Bancos, está o valor adicionado que o setor é capaz de gerar em cada período, constituindo-se, a partir dele, em grande contribuinte do desenvolvimento social, já que paga impostos, remunera recursos de terceiros e a mão-de-obra de seus funcionários.

Martins M. (2004) vê, na instalação e manutenção de postos de atendimento em localidades afastadas, um outro aspecto social, visto que tais unidades seriam deficitárias para as instituições financeiras, existindo, apenas, para atender às necessidades da população.

3 As maiores instituições financeiras do Brasil

Acompanhando os resultados que os Bancos vêm apresentando ao longo dos anos, é possível notar diversificação das fontes de receita. De acordo com dados apresentados na revista *Conjuntura Econômica* (2005), através de um levantamento feito pela Consultoria Austin Ratings, o lucro dos Bancos aumentou, em média, 21% em 2004. Ainda de acordo com dados da referida Consultoria, a participação da receita de serviços no total das receitas dos Bancos passou de 3,5% logo após o Plano Real para 19,3% numa amostra de 24 instituições analisadas.

Entre as estratégias dos Bancos, para crescerem ainda mais, estão a chamada “inclusão bancária”, em que Bancos inauguram pequenas agências em Municípios que ainda não têm acesso ao sistema financeiro, oferecendo microcrédito a populações de baixa renda; parcerias com lojas de varejo para a concessão de créditos para clientes, possibilitando, assim, a conquista de novos correntistas; o crescente aumento na participação de seguros, previdência e de serviços; abertura de agências no exterior; além das já conhecidas atividades bancárias, como a administração de cartões de créditos, contas correntes e as famosas tarifas sobre os diversos serviços prestados. Para se ter uma idéia do crescimento do consumo, em quatro anos, o volume financeiro de pagamentos efetuados através de cartões de crédito dobrou e, em 2004, superou o montante de 100 bilhões de reais, conforme dados da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs). www.abecs.org.br.

Segundo Sister (2005, p.35), os arranjos operacionais dos grandes Bancos com cadeias de lojas, com associações de classe e com as instituições financeiras menores atingiram quantidades expressivas em 2004. Segundo o mesmo autor, “O objetivo foi abocanhar parcelas maiores dos dois mais cobiçados nichos de negócios bancários do momento”, um deles é o crédito consignado, com desconto em folha de pagamentos para aposentados, funcionários públicos, pensionistas e assalariados com registro em carteira e o outro se refere à concessão de microcréditos destinados aos consumidores das camadas de menor renda da população.

De acordo com o Banco Central do Brasil (Bacen), o quadro geral dos Bancos no Brasil teve uma pequena queda e depois praticamente não se alterou: em 2000 existiam no país 192 Bancos; em 2002, eram 166 instituições e, em 2004, havia 164 Bancos. Essa estabilidade sinaliza uma consolidação do processo acentuado de fusões e incorporações no mercado financeiro ocorrido nas últimas décadas. www.bcb.gov.br.

Conforme dados da Febraban, o número de correspondentes bancários, ou seja, pequenos postos de atendimento que são instalados em lojas, mercadinhos, farmácias e grandes varejistas com o objetivo de conquistar novos clientes, aumentou significativamente nos últimos cinco anos. Estabelecendo-se uma comparação, apenas, entre os anos de 2003 e 2004, nota-se um aumento de 26,3%, passando de 15.874 para 46.035 correspondentes, o que significou um acréscimo de 7,9 milhões de novas contas, tanto correntes quanto de poupança e evidencia que o processo de inclusão bancária desenvolvido pelos Bancos para conquistarem novos clientes está dando certo. (www.febraban.org.br).

Cabe ressaltar que, inicialmente, o objetivo era analisar as dez maiores instituições financeiras por Patrimônio Líquido publicadas na revista Exame – Melhores e Maiores, edição 2005, sendo elas: Bradesco, Banco do Brasil, Itaú, Unibanco, Banco Real, Banestado, Caixa Econômica Federal, Santander, Banespa e Itaú BBA. Um dos problemas encontrados para o desenvolvimento da pesquisa é que das dez instituições analisadas, apenas cinco publicaram o Balanço Social em 2004. As instituições que o fizeram em períodos anteriores a 2004, como a Caixa Econômica Federal, o Santander e o Banespa, cujas últimas publicações foram no exercício de 2003, não foram apresentadas por não atenderem ao objetivo deste trabalho. O Banestado e o Itaú BBA, também, não têm publicado seus balanços sociais individualmente, e sim são citados no Balanço Social 2004 do Itaú Holding Financeira, por esse motivo, também, não foram apresentados separadamente. Diante do problema exposto, foi desenvolvido um estudo multicaso entre o Bradesco, o Banco do Brasil, o Itaú, o Unibanco e o Banco Real.

A seguir, apresentam-se as sínteses sobre os cinco maiores Bancos por patrimônio líquido analisados neste trabalho, bem como suas iniciativas referentes à responsabilidade social.

3.1 – Bradesco

O relatório social do Bradesco citou o relacionamento da instituição com a comunidade, os funcionários e o meio ambiente. A maioria dos gastos sociais do Bradesco é realizada por meio de sua Fundação, cujo enfoque principal é a educação. Por meio das demonstrações contábeis, constatou-se consumos de R\$ 156,6 milhões na referida área, especificamente, destinados à realização de cursos de qualidade para alunos de diversas faixas etárias, para a capacitação de professores e para a difusão do acesso à informação por computadores instalados em suas dependências e em comunidades carentes. Além de desenvolver e investir em projetos próprios, a Fundação firmou parcerias com outras instituições com o intuito de apoiar financeiramente programas já existentes, ampliando, assim, o número de pessoas beneficiadas. Para esses projetos, foram investidos aproximadamente R\$ 5 milhões.

O Banco gastou com recursos humanos e treinamentos por meio de políticas de saúde e segurança do trabalho, seguro-saúde e odontológico, previdência complementar, entre outros. Os gastos referentes à capacitação dos seus profissionais totalizaram R\$ 52,6 milhões. Pretende-se que tais treinamentos possam possibilitar a ampliação dos conhecimentos dos colaboradores, proporcionar evolução na carreira e retorno para o próprio Banco, que amplia os padrões gerenciais e tecnológicos.

Outras ações de reflexo social que beneficiam o Banco com benefícios fiscais, além de serem ótimos meios de propaganda, são os investimentos em cultura e eventos, que, em 2004, totalizaram R\$ 14.300.000. A Organização Bradesco, também, investiu R\$ 6 milhões em esportes.

3.2 – Banco do Brasil

O relatório do Banco do Brasil procura mostrar o que foi realizado em 2004 relacionado aos diversos públicos de interesse da instituição, os *stakeholders*. Foram citados os relacionamentos com os clientes, fornecedores, concorrentes, acionistas e credores, governo, meio ambiente, funcionários e comunidade, sendo que os dois últimos são os grupos de maior interesse da instituição.

No que diz respeito aos funcionários, foram investidos R\$ 858,2 milhões em fundos de pensão e assistência médico-odontológica e por meio da Universidade Corporativa Banco do Brasil (UniBB), destinaram-se R\$ 30,2 milhões em treinamento e capacitação profissional dos funcionários, bolsas de estudos para cursos de graduação, aperfeiçoamento, pós-graduação e estudos de língua estrangeira. O investimento em educação profissional pode possibilitar o crescimento intelectual de seus funcionários e em compensação mão-de-obra melhor qualificada.

Em relação à comunidade, foram relatadas diversas ações do Banco para melhorar as condições de vida da população, contudo, com pouca menção a valores investidos, sendo que as principais atividades foram realizadas pela Fundação Banco do Brasil, citando-se como exemplos: projetos para a alfabetização e educação de crianças, jovens e adultos; projetos de inclusão digital das comunidades; projetos culturais, além de R\$ 2,4 milhões em projetos para a inserção de pequenos produtores em cadeias produtivas, dentro do programa de Geração de Trabalho e Renda.

Ainda no que tange à comunidade, foram desenvolvidos projetos culturais através dos Centros Culturais Banco do Brasil; o esporte foi incentivado por meio do patrocínio de atletas,

destinaram-se R\$ 47 milhões para 16 mil empreendedores e 120 planos de negócios em programas de Desenvolvimento Regional Sustentável e apresentou-se a contribuição ao programa Fome Zero do Governo Federal, destacando-se a destinação de R\$ 161 mil ao Fundo de Combate à Erradicação da Pobreza, à arrecadação e doação de 1.572,44 toneladas de alimentos e à geração de 4.187 empregos através da replicação de tecnologias sociais na cadeia produtiva de recicláveis.

3.3 – Banco Itaú

Além de mostrar o que foi realizado, em 2004, aos seus diversos públicos de interesse, como acionistas e investidores, clientes, fornecedores, colaboradores e comunidade, o Itaú apresentou em seu relatório, os investimentos sociais e culturais realizados, no mesmo ano, por meio da Fundação Itaú Social e do Instituto Itaú Cultural.

O Itaú investiu R\$ 48 milhões no desenvolvimento de pessoas, entre os benefícios tratados, estão a aposentadoria complementar, serviços de assistência social, bolsas de estudo, seguros, empréstimos a taxas de juros subsidiadas e atividades de lazer, esporte e cultura. Objetivando fortalecer os processos de gestão de pessoas, atraindo, desenvolvendo e retendo talentos comprometidos com os valores da organização, investiram-se R\$ 45.354 mil em capacitação e desenvolvimento profissional, o que representa 1,23% da Receita Operacional do Banco, conforme informação contida no Balanço Social. Para garantir a heterogeneidade e a justa competitividade diante das diferenças, foi instituído, também em 2004, o Comitê de Diversidade, com a função de elaborar um plano de ação para aumentar a representatividade de grupos que estejam em minoria na Organização.

Mencionando os projetos de ações voltados à comunidade, o Banco realizou a Campanha Natal sem Fome, incentivando seus funcionários a doarem uma hora de seu salário para a Ação da Cidadania, o que totalizou R\$ 416 mil em doações dos funcionários. Não há menção sobre doação própria da Instituição. Foram realizados eventos comunitários recreativos, que incentivaram a população a doar alimentos e brinquedos a serem destinados a entidades carentes.

Por meio da Fundação Itaú Social, o Banco investiu R\$ 19 milhões em 15 projetos próprios, 3 parcerias e 89 apoios a instituições cuja ação social está alinhada às diretrizes da Fundação, como a melhoria da qualidade da educação pública e investimentos na área de saúde.

Investiram-se R\$ 24,9 milhões em cultura e eventos, por meio do Instituto Itaú Cultural, desses, R\$ 9,6 milhões incentivados pela Lei Rouanet.

3.4 – Unibanco

O Unibanco apresentou seu relatório social segregado em 5 títulos: Instituto Unibanco, Instituto Moreira Salles, Comunidade Interna, Sustentabilidade e outras realizações.

O Instituto Unibanco desenvolveu ações por meio de diversos projetos que objetivam a inclusão social de adolescentes e jovens menos favorecidos através da educação. Conforme dados do Balanço Social, o Banco investiu R\$ 2.879 mil em educação, o que representou 0,15% do seu Resultado Operacional. Foram beneficiados 15.187 jovens de várias cidades do país.

O Instituto Moreira Salles realizou diversas atividades culturais em 2004 e, de acordo com dados do Balanço Social, investiram-se R\$ 11.764 mil, o que representou 0,60% do Resultado Operacional.

Afirmando que o capital humano é um de seus principais diferenciais competitivos, o Unibanco diz que o investimento em pessoas é uma marca da instituição e um fator estratégico em todas as suas frentes de atuação, no entanto, não informou se investiu na educação de seus colaboradores, embora no Balanço Social, elaborado conforme o modelo Ibase, esteja informado que foram destinados R\$ 22.586 mil em capacitação e desenvolvimento profissional, o que representou 1% da Folha de Pagamento Bruta. Foram concedidos R\$ 80,5 milhões em empréstimos facilitados para 20.326 funcionários. Ainda no que diz respeito à comunidade interna, o Unibanco incentivou o voluntariado de seus funcionários na Campanha do Brinquedo e do Agasalho e a cada brinquedo doado por um funcionário, o Banco doou um brinquedo; a cada quilo de roupa doada por funcionário, o banco doou um cobertor, foram doados em 2004, 25.000 brinquedos, 23.000 quilos de roupas e 23.000 cobertores.

3.5 – Banco Real

O Relatório de Sustentabilidade 2004 do ABN Amro Brasil procurou apresentar as ações sociais mais relevantes do grupo e, entre elas, encontram-se informações do ABN Amro Real, voltadas para os clientes, fornecedores, público interno, meio ambiente, acionistas, governo e sociedade.

Para os colaboradores, além de benefícios como previdência privada; participação nos resultados; planos de saúde estendidos aos companheiros (as) de funcionários (as) do mesmo sexo, o grupo investiu bastante na educação. Com treinamentos e cursos específicos, beneficiou 91,4% do total de funcionários e concedeu 3.693 bolsas de estudos distribuídas entre graduação, pós-graduação e outros idiomas.

O Banco ABN Amro Real passou a utilizar o papel reciclado em larga escala, e através de campanhas de conscientização, conseguiu reduzir a média de consumo de papel, por funcionário, de 73 para 60 quilos. Em relação aos recursos naturais, o consumo de água foi reduzido para 9,5 % e o de energia, para 4%, comparando-se ao mesmo período de 2003.

Por meio da utilização de incentivos fiscais por funcionários, clientes e o próprio ABN Amro Real, foram doados R\$ 2.180.950 destinados aos Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente. O Banco destinou R\$ 18 milhões para o financiamento de projetos sociais, educacionais e culturais de pessoas físicas, ao todo, foram 6.173 contratos. Os investimentos culturais totalizaram R\$ 5,3 milhões.

Em apoio a projetos voltados para a inclusão digital, inclusão social, esporte, reformas para a preservação de patrimônios de interesse público e, principalmente, programas voltados à educação de crianças, jovens e adultos, o Banco investiu R\$ 21.646 mil. Para divulgar o que o Banco investiu, na área social, foram utilizados R\$ 12.422 mil em mídia, evidenciando que o *marketing* promocional também é bastante explorado pela instituição.

3.6 – Comparações

Para facilitar a análise dos diversos dados apresentados sobre os Bancos utilizados como objetos de estudo deste trabalho, foram elaboradas algumas comparações, conforme quadro 1, a seguir.

Ao analisar as informações sociais prestadas pelos Bancos em estudo, é possível observar que o Banco do Brasil, o Itaú e o Banco Real elaboraram seus Relatórios Sociais seguindo o mesmo objetivo, que é o de informar as iniciativas tomadas em relação aos diversos públicos de interesse. É possível observar, também, que apenas o Banco do Brasil mencionou todos os *stakeholders* envolvidos, visto que foi o único a mencionar os Concorrentes.

O Bradesco e o Unibanco apresentaram um Relatório Social com informações relacionadas somente à Comunidade, aos Funcionários e ao Meio Ambiente, o que não significa que não tenham desenvolvido projetos importantes. Esses foram os únicos públicos de interesse mencionados no Relatório Social dos Bancos analisados, possibilitando a conclusão de que foram os que se ressaltaram na tentativa de abordar o tema Responsabilidade Social das Organizações.

Nos temas relacionados à Comunidade, Bradesco, Banco do Brasil e Banco Real atenderam a todos os itens. Em relação aos temas relacionados ao Meio Ambiente, apenas o Banco Real atende a todos os itens apresentados no quadro.

Com base nas informações do balanço social e na Demonstração do Valor Adicionado, observou-se que o Banco do Brasil destinou aos colaboradores um valor equivalente a 105,84% do seu Resultado Operacional, esse fato pode ser explicado devido ao Banco ter uma quantidade maior de colaboradores comparando-se às outras instituições e, também, por ser um Banco público, em que os funcionários ingressam através de concursos, que muitas vezes garantem algumas vantagens em relação às empresas privadas.

Estabelecendo uma comparação entre todos os Bancos, o Itaú foi o que menos contribuiu com os colaboradores comparando com o Resultado Operacional, que, por sinal, é o maior valor entre os demais Bancos estudados.

O Banco que mais contribuiu com a sociedade foi o Banco do Brasil, que foi também o que proporcionalmente pagou mais tributos, chegando à percentagem espantosa de 92,89% do Resultado Operacional, enquanto, nos demais Bancos, esse valor variou de 46% a 57%, valores superiores a parcela de 36,8% da carga tributária incidente no PIB Brasileiro em 2004, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário-Ibpt (www.ibpt.com.br).

Ao analisar as DVAs publicadas pelos Bancos em estudo, é possível notar que a carga tributária imposta aos Bancos superou a remuneração dos acionistas na geração do valor adicionado e chegou a 1,02% do PIB nacional apenas para os cinco Bancos analisados. Ao comparar com o Valor Adicionado total dos Bancos apresentados, o governo abocanhava com impostos, taxas e contribuições, que impôs ao sistema bancário, 30,14% do valor distribuído em 2004.

No que diz respeito à Remuneração do Trabalho, o Banco que melhor contribuiu com os funcionários foi o Banco do Brasil, com 50,98% do valor distribuído. Em seguida, vem o Banco Real, com 45,04%; o Unibanco, com 40,85%, o Bradesco, com 39,11% e, por fim, o Itaú, com 30,5%.

Os maiores empregadores no ano de 2004 foram, pela ordem, o Banco do Brasil, com 82.671 funcionários; o Bradesco, com 73.644; o Itaú, com 45.316; o Banco Real, com 28.571 e o Unibanco, com 27.408. Quanto à riqueza gerada por funcionário, o Itaú foi superior aos outros Bancos, com R\$ 243.210,80, seguido do Banco Real, com R\$169.839,27; do Unibanco, com R\$ 169.257,15; do Banco do Brasil, com R\$ 156.934,08 e, por último, do Bradesco, com R\$ 138.599,20.

O Valor Adicionado gerado pelas cinco instituições financeiras estudadas neste trabalho foi de R\$ 43.693.717 mil, valor que representou 3,39% do PIB nacional de 2004, desses, 1,40% foi destinado à Remuneração do Trabalho; 1,02% à Remuneração do Governo, através de impostos, taxas e contribuições e 0,97% à Remuneração dos Acionistas.

	Bradesco	Banco do Brasil	Itaú	Unibanco	Banco Real
Acionistas e Credores	-	Sim	Sim	-	Sim
Comunidade	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
-Cultura e Eventos	X	X	X	X	X
-Educação	X	X	X	X	X
-Esportes	X	X	X	-	X
-Inclusão Digital	X	X	-	X	X
Clientes	-	Sim	Sim	-	Sim
Concorrentes	-	Sim	-	-	-
Fornecedores	-	Sim	Sim	-	Sim
Funcionários	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Governo	-	Sim	-	-	Sim
Meio Ambiente	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
-Campanhas para redução do consumo de recursos naturais	X	-	X	-	X
-Incentivos à Reciclagem	-	-	X	-	X
-Princípios do Equador	X	X	X	X	X
-Utilização de Material Reciclado	-	-	-	-	X

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nas informações contidas nos Relatórios Sociais dos Bancos.

Quadro 1 - Relacionamentos com Públicos de Interesse

4 – Considerações finais

A proposta deste trabalho foi identificar as ações de responsabilidade social prioritárias das maiores instituições financeiras do país, por meio de um estudo de caso múltiplo, considerando a análise dos relatórios sociais das referidas instituições.

Ao ler os relatórios sociais dos Bancos analisados, foi possível constatar que os gastos das referidas instituições se concentraram nos colaboradores e na comunidade; os primeiros, por meio de benefícios e cursos para capacitação profissional, possibilitando o crescimento intelectual e se beneficiando com funcionários preparados para as mudanças do mercado e os outros, por meio de incentivos voltados, principalmente, à educação e à cultura. A preservação do meio ambiente e a divulgação de iniciativas para um desenvolvimento sustentável também são temas bastante abordados nos relatórios.

É necessário ser crítico ao ler os relatórios sociais publicados pelas empresas em geral, pois, na maioria dos casos, elas divulgam estratégias operacionais como ações de responsabilidade social. Os Bancos analisados neste trabalho, por exemplo, com exceção do Unibanco, divulgaram em seus relatórios que o processo de Democratização do Acesso ao Crédito é uma ação social, sendo que, na verdade, trata-se de uma estratégia operacional para auto-crescimento econômico. O mesmo procedimento se deu em relação à instalação e manutenção de postos de atendimento em regiões carentes e mais afastadas do setor urbano. Em verdade, tais empreendimentos não devem, na sua grande maioria, gerar lucros, tendo em vista o grande volume de recursos que precisam na sua instalação e a pouca movimentação que a população local pode fazer, mas essas são beneficiadas.

Ao verificar as destinações às diversas causas sociais foi possível constatar a alta carga tributária incidente sobre as instituições analisadas, fato que, de certa forma, impede que os Bancos destinem uma maior parte de seus investimentos para a área social. Mas, por outro lado, os identificam como grandes contribuintes dos cofres governamentais, que, em tese, vão financiar a infraestrutura básica que a sociedade necessita, como saúde e educação.

Constatou-se, também, que, embora não seja obrigatória a revisão por auditores independentes dos Balanços Sociais das empresas, os relatórios dos Bancos Itaú, Bradesco e Real foram revisados, obtendo parecer sem ressalvas. Esse fato mostra a preocupação dessas instituições com a transparência de seus relatórios.

Juntos, os Bancos que publicaram o Balanço Social analisados neste trabalho geraram um valor que correspondeu a 3,39% do PIB nacional em 2004, sendo que a distribuição maior dessa percentagem ficou a cargo da Remuneração do Trabalho, com 1,40%; seguida de 1,02% destinados à Remuneração do Governo e 0,97% à Remuneração dos acionistas.

Finalmente, pode-se afirmar que os relatórios sociais das instituições financeiras, embora necessitem de uma maior padronização no que se refere ao conteúdo e formato, além de um maior esclarecimento sobre de onde vêm os recursos aplicados e a quem se destinam, cumprem com seu objetivo maior: o de apresentar aos seus usuários, que vêm se esforçando para possibilitar à sociedade em que se desenvolvem um crescimento mais igualitário.

Referências

ALBERTON, Luis, CARVALHO, Fernando Nits de, CRISPIM, Graciele Hernandez. Evidenciação da responsabilidade social/ambiental na perspectiva de um novo contexto empresarial. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE. (4º: 2004: São Paulo). **Anais**. 2004.

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado Financeiro**. São Paulo: 5ª, 2003.

ASHLEY, Patrícia Almeida *et. al.* **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: 2ª, Saraiva, 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE CARTÕES DE CRÉDITO E SERVIÇOS. Disponível no endereço: www.abecs.org.br. Acesso em 11/08/2005.

BANCO DO BRASIL. Relatório de Sustentabilidade 2004. **Valor Econômico**. São Paulo, 22 fev. 2005.

BANCO CENTRAL DO BRASIL - Bacen. Disponível no endereço: www.bcb.gov.br. Acesso em 10/08/2005.

BANCO ITAÚ S/A. Balanço Social 2004. Disponível no endereço: www.itaub.com.br. Acesso em 18/07/2005.

BANCO REAL. Relatório de Sustentabilidade. Disponível no endereço: www.bancoreal.com.br. Acesso em 22/07/2005.

BRADESCO. Relatório Social 2004. Disponível no endereço: www.bradesco.com.br. Acesso em 12/07/2005.

BRASIL. Lei Rouanet. Disponível no endereço: www.cultura.gov.br. Acesso em 21/09/2005.

BRASIL. Lei 8069/90. Disponível no endereço: www.planalto.gov.br/ccivil.03/leis/18069.htm. Acesso em 28/09/2005.

CATARDO, Elaine. **3º setor e governo: A máquina social**. Publicado em 02/03/2004. Disponível no endereço: www.responsabilidadesocial.com. Acessado em 10/03/2005.

COSTA FILHO, Adalberto Vieira. Um estudo dos balanços sociais dos bancos no Brasil. **Responsabilidade social das empresas: A contribuição das universidades**, São Paulo: Peirópolis, 2004. V.3, p.247-287.

COSTA FILHO, Adalberto Vieira. Um estudo dos balanços sociais dos Bancos no Brasil. **Responsabilidade social das empresas: A contribuição das universidades**, São Paulo: Peirópolis, 2004. V.3, p.247-287.

FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS – Febraban. Disponível no endereço: www.febraban.com.br. Acesso em várias datas de 2005.

FERNANDES, Ângela. A responsabilidade social e a contribuição das relações públicas. Publicado em 01/03/2001. Disponível no endereço: www.portal.rp.com.br/bibliotecavirtual/responsabilidadesocial/0098.htm. Acessado em 26/04/05.

FERREIRA, Flávio Smani *et al.* Responsabilidade social corporativa: Uma variável estratégica das organizações demonstrada através do Balanço Social. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE (17º: 2004: Santos). **Anais**. Santos, 2004.

HILLBRECHT, Ronald. **Economia Monetária**. São Paulo: Atlas, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível no endereço: www.ibge.gov.br. Acesso em 18/07/2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO. Carga Tributária 2004 – Ajustado PIB Previsto. Disponível no endereço: www.ibpt.com.br. Acesso em 05/10/2005.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balço Social: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINS, Gilberto de Andrade; LINTZ, Alexandre. **Guia para Elaboração de Monografias e Trabalhos de Conclusão de Curso**. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINS, Maria de Fátima Oliveira. A evidenciação das ações sociais: Um estudo do segmento bancário. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE (17º: 2004: Santos). **Anais**. Santos, 2004.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. Empresas e responsabilidade social. Publicado em 20/03/2003. Disponível no endereço: www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/responsabilidadesocial/0169.htm. Acessado em 26/04/2005.

RIBEIRO, Maísa de Souza. **Contabilidade Ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2005.

SISTER, Sérgio. O lucro que desperta cobiça. **Valor Financeiro**, São Paulo, v. 4, nº. 4, p.32-47, maio 2005.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balço Social: Uma abordagem de Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

UNIBANCO. Relatório da Administração – Exercício de 2004. **Valor Econômico**. São Paulo, 18,19 e 20 fev. 2005.

WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J.; PARNEL, John. **Administração Estratégica**. São Paulo: Atlas, 2000.