

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

MICHELLE ARIANE DA SILVA

**ANÁLISE DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: ESTUDO COMPARATIVO DE
DUAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS**

Florianópolis

2007

MICHELLE ARIANE DA SILVA

**ANÁLISE DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: ESTUDO COMPARATIVO DE
DUAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS**

Monografia apresentado à Universidade Federal de Santa Catarina como um dos pré-requisitos para obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.

**Orientadora: Prof^ª. Elisete Dahmer Pfitscher,
Dra.**

Florianópolis

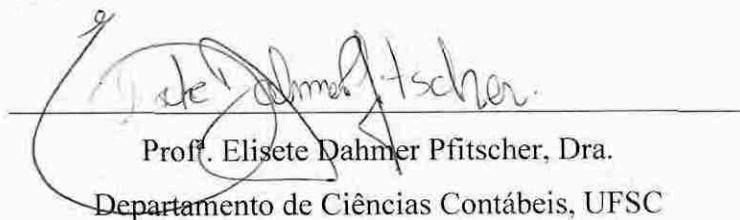
2007

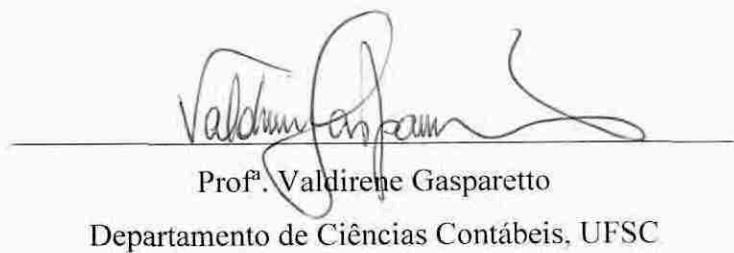
MICHELLE ARIANE DA SILVA

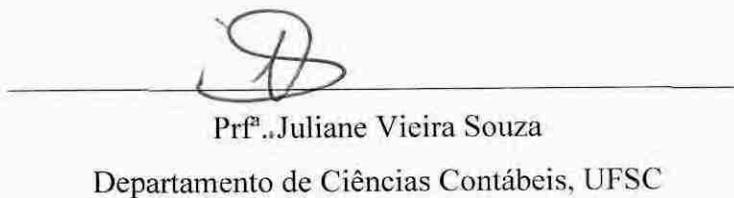
**ANÁLISE DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: ESTUDO COMPARATIVO DE
DUAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS**

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota 9,6 atribuída pela banca constituída pelos professores abaixo mencionados:

Compuseram a banca:


Profª. Elisete Dahmer Pfitscher, Dra.
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC


Profª. Valdirene Gasparetto
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC


Profª. Juliane Vieira Souza
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC


Profª. Elisete Dahmer Pfitscher, Dra.
Coordenadora de Monografia do CCN.

Florianópolis, julho de 2007.

*Aprender é a única coisa de que a mente
nunca se cansa, nunca tem medo e nunca
se arrepende.*

(Leonardo da Vinci)

Este trabalho é dedicado:

Aos meus pais, Samuel e Cristina, que me concederam o que tem de mais precioso nesta vida: o amor, o carinho, a humildade, a educação e principalmente razões para que eu chegasse até aqui.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por iluminar o meu caminho, e estar sempre me guiando nesta trajetória.

Aos meus pais, Samuel e Cristina, pelo amor, incentivo, educação e humildade, pois perante esses atributos que me foram concedidos, consegui concretizar mais uma etapa da minha vida.

Ao meu marido Leonardo, por ser o amor da minha vida e também por durante toda essa jornada que estamos juntos, com muito carinho e paciência me apoiou e incentivou nos estudos.

Aos meus irmãos, Daniel e Cláudia, que compartilharam e me apoiaram nos estudos e em todos os momentos importantes da minha vida.

A Juliana Buratto, que por diversas vezes, emprestou-me livros de sua biblioteca escolar para que eu pudesse realizar a pesquisa.

A professora Elisete por me conceder a honra e a delicadeza de ser minha orientadora neste trabalho.

A todas as pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS

LISTA DE FIGURAS

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

RESUMO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Considerações Iniciais.....	12
1.2 Tema e Problema.....	13
1.3 Objetivos.....	13
1.3.1 Objetivo Geral.....	13
1.3.2 Objetivos Específicos.....	13
1.4 Justificativa.....	14
1.5 Metodologia.....	15
1.5.1 Trajetória Metodológica.....	16
1.6 Limitações da Pesquisa.....	16
1.7 Estrutura e Descrição dos Capítulos.....	17
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1 Responsabilidade Social.....	18
2.1.1 Responsabilidade Social das Instituições Financeiras.....	20
2.1.2 Partes Interessadas (<i>Stakeholders</i>).....	22
2.2 Balanço Social.....	27
2.3 Modelos de Balanço Social.....	29
2.3.1 Ethos.....	29
2.3.2 Ibase.....	33
2.4 Projeto de Lei.....	35
2.5 Parecer da CVM.....	37
2.6 Demonstração do Valor Adicionado.....	37
2.6.1 Modelos para Empresas em Geral.....	39
2.6.2 Modelos para Instituições Financeiras.....	40
3 ANÁLISE DAS EMPRESAS PESQUISADAS.....	42
3.1 Breve Histórico das Instituições Financeiras.....	42
3.1.1 Banco Bradesco S.A.....	42

3.1.1.1 Responsabilidade Social do Banco Bradesco S.A.....	43
3.1.2 Banco Itaú S.A.....	45
3.1.2.1 Responsabilidade Social do Banco Itaú S.A.....	46
3.2 Apresentação dos Balanços Sociais das Empresas Pesquisadas.....	49
3.2.1 Balanço Social do Banco Bradesco S.A.....	49
3.2.2 Balanço Social do Banco Itaú S.A.....	52
3.3 Estudo Comparativo das duas Instituições e Proposta de Modelo de Gestão.....	55
3.3.1 Base de Cálculo.....	55
3.3.2 Indicadores Sociais Internos.....	56
3.3.3 Indicadores Sociais Externos.....	57
3.3.4 Indicadores Ambientais.....	58
3.3.5 Indicadores do Corpo Funcional.....	58
3.3.5.1 Banco Bradesco S.A.....	58
3.3.5.2 Banco Itaú S.A.....	59
3.3.6 Receita Líquida x Indicadores.....	62
3.3.7 Receita Líquida x Lucro Líquido.....	63
3.4 Proposta de Adaptação ao Modelo IBASE.....	64
4 CONCLUSÃO E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS	68
4.1 Quanto à Problemática.....	68
4.2 Quanto aos objetivos.....	68
4.3 Quanto a sugestões para futuros trabalhos.....	69
REFERÊNCIAS.....	71
ANEXO.....	73

LISTA DE QUADROS

Quadro 2.1 – Relação da empresa com seus parceiros.....	22
Quadro 2.2 – Modelo de Balanço Social apresentado pelo Instituto Ethos.....	30
Quadro 2.3 – Perfil do Empreendimento.....	31
Quadro 2.4 – Modelo de Demonstração do Valor Adicionado – Fipecafi.....	39
Quadro 2.5 – Modelo de Demonstração do Valor Adicionado – Fipecafi p/ Bancos.....	40
Quadro 3.1 – Relação Receita Líquida x Indicadores.....	63
Quadro 3.2 – Relação Receita Líquida x Lucro Líquido.....	63

LISTA DE FIGURAS

Figura 3.1 – Folha de Pagamento.....	55
Figura 3.2 – Indicadores Sociais Internos.....	56
Figura 3.3 – Contribuições para a Sociedade.....	57
Figura 3.4 – Empregados Acima de 45 Anos.....	61
Figura 3.5 – Empregados do Sexo Feminino.....	61
Figura 3.6 – N°. de Negros que Trabalham na Empresa.....	62

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CIPA – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes

CVM – Comissão de Valores Mobiliários

DVA – Demonstração do Valor Adicionado

FPB – Folha de Pagamento Bruta

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

OIT – Organização Internacional do Trabalho

ONG – Organização Não Governamental

RL – Receita Líquida

RO – Resultado Operacional

RESUMO

SILVA, Michelle Ariane. **Análise de Responsabilidade Social:** Estudo Comparativo de duas Instituições Financeiras. 2007. 90 páginas. Ciências Contábeis. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

No contexto econômico em que as empresas estão inseridas atualmente, a responsabilidade social surge como um diferencial no mercado, pois através de seus relatórios de sustentabilidade fortalece a relação com seus investidores. Muitas organizações estão se conscientizando no que diz respeito a este assunto, e consequentemente direcionando gastos com a intenção de gerar benefícios em prol do bem estar social e ambiental. Este tipo de ação envolve e favorece a sociedade, acionistas, fornecedores, investidores, entre outros *stakeholders* interessados em compartilhar seus interesses com uma empresa socialmente responsável. Nos próximos anos, exercer a responsabilidade social dentro das organizações terá um papel fundamental para que a mesma venha a ganhar espaço no mercado que se torna cada vez mais seletivo e competitivo. Partindo deste pressuposto, a responsabilidade social vem a caracterizar o propósito primordial deste trabalho e através do conhecimento de conceitos, realiza-se a análise comparativa entre duas instituições financeiras do mesmo porte, utilizando como base de apoio as informações contidas no Balanço Social gerado por cada uma destas empresas. Assim, verifica-se que estas duas organizações vêm buscando estreitar seus vínculos de relacionamentos atraindo a atenção das partes interessadas através de suas ações sociais.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Balanço Social. Instituições Financeiras.

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo apresenta-se as considerações iniciais, tema e problema, os objetivos gerais e específicos, a justificativa, a metodologia bem como a sua trajetória metodológica, as limitações da pesquisa e por fim a estrutura e descrição dos capítulos.

1.1 Considerações iniciais

No Brasil, nestes últimos anos, o movimento pela responsabilidade social das empresas tem adquirido um espaço maior, principalmente por meio de ações empresariais coletivas e de exposição na mídia.

Atualmente, as empresas, além de estarem sendo forçadas a uma maior competitividade e produtividade, passam a ter que enquadrar esse comportamento às demandas da sociedade. Essa nova realidade surgiu através de atuais conceitos econômicos que vêm substituir conceitos clássicos de que as empresas devem apenas gerar lucros para seus acionistas.

O mercado está deparando-se com uma nova forma estratégica, onde os interesses dos empresários começaram a dividir espaço com os interesses da comunidade, dos fornecedores, dos clientes e até mesmo dos funcionários.

A contabilidade ganha grande importância nesse contexto, porque é ela quem disponibilizará os instrumentos para análise destes registros através do Balanço Social e da Demonstração do Valor Adicionado, registros estes que viabilizam o conhecimento por parte da sociedade.

Através dessas informações, surge a necessidade de uma pesquisa comparativa entre empresas, para verificar o grau de importância e a disponibilidade que essas dispõem para assumir uma conduta responsável perante a sociedade.

Desta forma, esta pesquisa pretende mostrar um estudo comparativo entre duas instituições financeiras para verificar qual delas tem maior participação no mercado com relação à responsabilidade social.

1.2 Tema e Problema

A responsabilidade social se dispõe para as empresas como um recurso que pode melhorar sua imagem no mercado perante os investidores e também contribuir para a sociedade em geral.

Essa nova concepção que as empresas estão tendo sobre responsabilidade social, abre espaço não somente à filantropia, mas também para as estratégias de mercado, pois os usuários procuram investir em empresas que apresentam realizações sociais.

Neste contexto, a contabilidade está inserida com grande importância, pois é partir dela que surgirão os registros e demonstrações de tudo o que é realizado em prol da sociedade, facilitando o acesso aos usuários dessas informações.

Nesta monografia pretende-se realizar uma pesquisa comparativa para verificar o grau de participação com relação à responsabilidade social entre duas instituições financeiras. Assim pretende-se responder à seguinte questão:

Quais as informações de responsabilidade social existentes no Balanço Social das instituições financeiras pesquisadas?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho consiste em comparar, através do Balanço Social, a participação da responsabilidade social entre duas instituições financeiras.

1.3.2 Objetivos Específicos

Através do objetivo geral, apresentam-se os seguintes objetivos específicos:

- Apresentar o conceito de Responsabilidade Social;
- Apresentar o conceito de Balanço Social;
- Demonstrar modelos de Balanço Social utilizados pelas duas instituições financeiras;

- Comparar as informações de responsabilidade social nos balanços sociais referente ao ano de 2004 e 2005;
- Propor um Modelo de Gestão para as instituições financeiras.

1.4 Justificativa

A iniciativa de uma empresa em se envolver em projetos voltados para o desenvolvimento social, passa a ser mais valorizada pela sociedade, pelo governo, e pelos seus investidores, trazendo assim um diferencial positivo para a imagem da empresa.

O desenvolvimento econômico, social e político estão passando por um processo de mudanças, trazendo à tona as questões sociais e automaticamente está havendo exigências maiores da sociedade com relação às empresas nesta questão da responsabilidade social.

A contabilidade, como sistema de informações para tomada de decisões e principal meio de comunicação entre empresa e agentes sociais, tem por obrigação buscar meios para expor a sociedade, os relatórios, registros e demonstrações destes feitos através da responsabilidade social praticadas pelos proprietários.

Mendes (1997, p.4, *apud* MATTJE, 2005, p.13) afirma que “nós, profissionais da contabilidade, temos às mãos um instrumento fantástico, capaz de criar uma nova cultura e de fazer entender aos detentores da riqueza que as empresas têm, de fato, um papel social relevante”.

O Balanço Social, por exemplo, é uma ferramenta disponibilizada pela contabilidade para representar as informações sobre projetos, benefícios e ações sociais realizadas aos seus usuários, seja internos ou externos.

No Brasil, apesar de não ser obrigatória a publicação do Balanço Social, tal demonstração passou a ser um dos meios pelos quais a empresa pode demonstrar sua responsabilidade para com a sociedade.

Segundo Kroetz (2001, p.64), o “Balanço Social tem a função de apresentar informações relativas às ações/influências sociais e ambientais pertinentes às entidades: isso para auxiliar internamente no processo de controle, planejamento e tomada de decisão”.

Diante desse novo contexto em que a contabilidade está inserida, é de extrema importância que as demonstrações sejam preparadas de forma transparente e com ética,

pois os usuários usufruirão das informações geradas tanto para tomada de decisão, como para a comparação das demonstrações entre empresas, no caso, como está sendo realizada nesta pesquisa.

1.5 Metodologia

O termo responsabilidade social encontra-se na ordem do dia. Percebe-se que as empresas vêm dando atualmente um tratamento especial a essa questão, o que despertou o interesse em desenvolver esta pesquisa, com efeito comparativo entre empresas do mesmo ramo e do mesmo porte.

Existem várias maneiras de se apresentar tal pesquisa. Para esta, considera-se ideal a pesquisa na forma de monografia.

Segundo Beuren e Longaray (2004, p. 40) “monografia é um trabalho acadêmico que objetiva a reflexão sobre um tema ou problema específico e que resulta de um procedimento de investigação sistemática”.

Uma pesquisa, para Marconi e Lakatos (1990, p.15): “é um procedimento reflexivo e sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir novos fatos ou dados, relações com leis, em qualquer campo de conhecimento”.

Esta monografia utiliza o tipo de pesquisa descritiva, que de acordo com Beuren e Raupp (2004, p. 81) “a pesquisa descritiva configura-se como um estudo intermediário entre a pesquisa exploratória e a explicativa, ou seja, não é tão preliminar como a primeira e nem tão aprofundada como a segunda. Nesse contexto, descrever significa identificar, relatar, comparar, entre outros aspectos”.

No que diz respeito ao que procede a um estudo descritivo, o presente trabalho caracteriza-se quanto ao tipo de procedimento por um estudo de caso, com uma abordagem de pesquisa qualitativa em duas instituições financeiras, ou seja, um estudo multi-caso.

O estudo de caso para Gil (2002, p.54), “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo detalhado conhecimento”.

Para Richardson (1999, p.80, *apud* BEUREN, 2004, p.91), “os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais”.

A pesquisa realizada compreende a coleta de dados por meio da pesquisa documental indireta, na qual é abordada a responsabilidade social através de uma análise comparativa dos Balanços Sociais entre duas instituições financeiras.

1.5.1 Trajetória Metodológica

O trabalho está sendo dividido em três fases. A primeira trata da fundamentação teórica, onde estão questionados os temas sobre: Responsabilidade Social, Partes Interessadas, Balanço Social, Modelo Proposto de Balanço Social pelo Ibase e também pelo instituto Ethos, Projeto de Lei, Parecer da CVM e Demonstração do Valor Adicionado.

Na segunda fase apresenta-se o estudo multi-caso, onde é apresentado um breve histórico de cada instituição financeira, juntamente com relato do início das atividades relacionadas à Responsabilidade Social. Após mostra-se os Balanços Sociais e indicadores pertencentes a estes.

Quanto à terceira e última fase tem-se o estudo comparativo das duas instituições mostrando aspectos positivos e negativos de cada Balanço Social e ainda nesta fase apresenta-se uma Proposta de Modelo de Gestão para as instituições financeiras com os indicadores possíveis para análise.

1.6 Limitações da Pesquisa

Este trabalho apresenta um estudo comparativo com o propósito de analisar a participação em meio à responsabilidade social entre duas instituições financeiras, limitando-se este assunto a estas instituições, podendo, entretanto, serem realizados ajustes para outras instituições e empresas do ramo.

O estudo abrange a análise de Balanços Sociais dos períodos de 2004 e 2005 destas instituições, não obtendo entrevistas com os administradores das empresas apresentadas nesta pesquisa, limitando-se então às informações do site.

Não existe a intenção de limitar este trabalho, pois a evolução desta nova visão da área social interessa tanto para a sociedade como para as empresas e usuários em geral.

1.7 Estrutura e descrição dos capítulos

O trabalho está dividido em quatro capítulos. O primeiro apresenta a introdução, que trata das considerações iniciais, tema e problema da pesquisa; os objetivos da pesquisa; a justificativa do estudo; a metodologia aplicada; as limitações da pesquisa e a estrutura e descrição dos capítulos.

O segundo capítulo apresenta a fundamentação teórica sobre a responsabilidade social e balanço social.

O terceiro capítulo apresenta um breve histórico e os balanços sociais das empresas pesquisadas, Bradesco S/A e Itaú S/A, comparando os demonstrativos das duas instituições financeiras.

O quarto capítulo apresenta as conclusões da pesquisa e sugestões. E, no final, estão as referências utilizadas neste trabalho, bem como os anexos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresentam-se os conceitos de Responsabilidade Social e Balanço Social.

2.1 Responsabilidade Social

A responsabilidade social é um tema que a cada dia que passa se torna mais importante, pois as empresas estão tomando consciência a respeito deste assunto, e conseqüentemente estão dando mais ênfase no decorrer de cada exercício. Mas afinal, o que é responsabilidade social?

Segundo Milano et al (2002, p.10),

Responsabilidade Social entende-se como a conduta ética e responsável adotada pelas empresas na plenitude das suas redes de relações, o que inclui o universo de seus consumidores, fornecedores, funcionários, acionistas, comunidade em que se inserem ou sobre a qual exercem algum tipo de influência, além do governo e do meio ambiente. Em outras palavras, são pressupostos da responsabilidade social os adequados cumprimentos de toda legislação (trabalhista, fiscal, ambiental, direitos do consumidor,...) e a postura ética em todas as relações (governo e comunidade), não sendo possível ser socialmente responsável burlando a lei ou usando artifícios para escapar aos valores morais e éticos.

A responsabilidade social é uma nova realidade de mercado, e essa nova realidade vem a fazer com que as empresas invistam cada vez mais em outros atributos significativos, além do preço e da qualidade que são essenciais para o consumidor.

Para Ashley (2002, p. 6), essa nova realidade assim se define:

Responsabilidade Social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela.

Neste contexto, qualquer atitude que as empresas exerçam e que venha a melhorar a qualidade de vida da sociedade, passa a ser uma ação de responsabilidade social.

Para Tinoco (2001, p. 115), “[...] a responsabilidade social corporativa está relacionada com a gestão de empresas em situações cada vez mais complexas, nas quais questões como as ambientais e sociais são crescentemente importante para assegurar o sucesso e a sustentabilidade dos negócios”.

Os atos de benfeitorias que as empresas fazem a favor da sociedade, trazem vantagens em uma ampla área, pois estão direta ou indiretamente amparando o ser humano, o meio ambiente, a comunidade e até mesmo o governo.

O governo, apesar de ser o principal responsável por essas questões, sem tal apoio, não conseguirá melhorar a qualidade de vida que todos gostariam de ter no futuro.

Melo Neto e Froes (1999, p. 104, *apud* ASHLEY, 2002, p. 9), em uma pesquisa verificou que:

A Gessy Lever, em parceria com o governo do Estado do Paraná, montou o Centro Rexona de Excelência no Vôlei, com um investimento de ordem de R\$ 4 milhões por ano. Os dois lados ganham: o comercial e o social. De um lado, a empresa proporciona à marca Rexona uma imagem inovadora, jovem e moderna, condizente com seu público-alvo; de outro, investe no social, proporcionando assistência social e esportiva a milhares de crianças, e contribui para desenvolver talentos para o vôlei.

Por isso, o próprio governo passou a subsidiar os impostos para as empresas que praticam esse tipo de ação, formando uma parceria para o desenvolvimento.

Em se tratando da sociedade neste contexto, segundo Karkotli (2006, p. 45): “a responsabilidade social é uma nova estratégia para aumentar o lucro e potencializar o desenvolvimento das empresas. Essa tendência decorre da maior conscientização do consumidor e conseqüente procura por produtos e práticas que gerem melhoria para o meio ambiente ou comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania”.

No que diz respeito também à sociedade para com a responsabilidade social, Mattioli (2003, *apud* KARKOTLI 2006, p. 53), diz que: “Esta relação de compromisso para com a sociedade fica mais acentuada quando se trata do consumidor. Este participante ativo na vida das empresas – é o destinatário final do produto – além de exigente está, hoje em dia, mais consciente de seu papel na sociedade”.

A sociedade, mais do que qualquer outro usuário interessado neste benefício, também possui participação importante nesta integração, e está cada vez mais exigente no uso e consumo dos diversos bens recicláveis que as empresas oferecem no mercado.

Outro papel importante o qual está inserida uma empresa socialmente responsável, caberia ao corpo funcional de uma organização, ou seja, colaboradores

motivados através de valorização em investimentos em saúde, educação, cultura capacitação e desenvolvimento profissional, creche, previdência privada e participação nos lucros e resultados, entre outros.

Melo Neto e Froes (2001, p. 110), afirma que:

Investindo nas pessoas, a empresa transforma-as em seu principal ativo. Não apenas de natureza humana, intelectual, mas, principalmente, social. Como ativos sociais, os empregados socializam e transformam a organização. Suas atitudes e comportamentos agregam valores à empresa.

Essa atuação interna nas empresas vem também a alavancar grande importância, pois, segundo Silva (2004, p. 14):

A responsabilidade social interna visa trabalhar o público interno da organização, desenvolver um modelo de gestão participativa e de reconhecimento de seus empregados e dependentes, bem como dos funcionários de empresas contratadas, terceirizadas, fornecedoras e parceiras, promovendo comunicações transparentes com o intuito de motivá-los para um ótimo desempenho.

Em fim, no contexto atual de mercado, a responsabilidade social, se destaca por reunir as ações das empresas em parceria com as necessidades sociais, de modo que a empresa garanta, além do lucro e da satisfação de seus clientes, o bem-estar da sociedade, como também os valores que suas ações possam agregar aos negócios e à sua imagem neste mercado tão competitivo.

2.1.1 Responsabilidade Social das Instituições Financeiras

Os bancos diariamente tratam de um produto que é de suma importância na vida das pessoas, sociedade, empresas, e seus mais variados *stakeholders*: o dinheiro e seu valor.

Segundo Karkotli (2006, p. 123),

Os bancos são, por sua vez, parte integrante desta sociedade cujo produto é o dinheiro e seu valor, intermediando as relações entre clientes aplicadores e tomadores de recursos; e quando a atenção recai sobre a aplicação responsável do dinheiro faz-se necessário identificar que aspectos da

responsabilidade social, no atual momento, estão sendo considerados na análise do crédito.

A preocupação existente nesta relação finaliza-se em como os bancos comerciais conduzem a análise de crédito em prol das pessoas, famílias, empresas, ou seja, de que forma se ajusta para se tornar uma empresa socialmente responsável perante a sociedade em geral.

Karkotli (2006, p. 124) ainda afirma que “as empresas tiveram que reavaliar suas estratégias e implementar mecanismos que aliassem lucro à qualidade de vida, rentabilidade ao crescimento sustentável, novos mercados à cidadania”.

Embora o principal objetivo dos bancos comerciais seja, sem dúvida, a maximização dos lucros, em cima de captação de recursos, financiamentos, retorno sobre investimentos, entre outros, tornar-se imprescindível que a empresa tenha uma posição socialmente responsável, para que no processo de desenvolvimento possa ter uma participação como um agente social de grande atividade em prol da sociedade.

Os bancos públicos para Karkotli (2006, p.126), “são em sua esfera de atuação responsáveis pela promoção e desenvolvimento social nas regiões onde estão inseridos, entretanto para sua própria manutenção precisam gerar rentabilidade”.

Ou seja, esses bancos surgiram para suprir a necessidade de desenvolvimento regional, facilitando linhas de créditos e financiamentos à empresas que estão se ampliando ou iniciando na localidade, enfim, um banco para apoiar a sociedade e o estado no exercício de seu desenvolvimento econômico e financeiro.

Bancos privados, para Karkotli (2006, p.126), “buscam a inserção nas comunidades como forma de expansão, este movimento logicamente sugere a aproximação do banco com a realidade destas comunidades e a necessidade de compartilhar também seus problemas e necessidades”.

As instituições financeiras privadas objetivam otimizar lucros, porém analisando cada região em que estão inseridas, e verificando quais as condições de financiamentos, taxas e juros, poderão oferecer para que aquela determinada região venha a se desenvolver e trazer o retorno em forma de capitalização para o banco.

A atividade exercida por essas instituições financeiras afeta extraordinariamente o dia-a-dia da sociedade. A riqueza de informações referente à atuação como agente social, gerados através de relatórios, são bastante úteis, não só para os usuários da informação contábil, como também para toda a sociedade, comunidade e governo.

2.1.2 Partes Interessadas (*stakeholders*)

Um dos aspectos mais importantes para a questão da responsabilidade social é envolver as partes interessadas, pois para implantar qualquer estratégia em uma organização, acaba sendo esse envolvimento o alvo das operações.

Para Grayson e Hodges (2003, p. 260),

O envolvimento efetivo das partes interessadas (*stakeholders*) requer um canal de comunicação aberto em ambas as direções, compromisso de gerentes e funcionários, participação ativa em políticas públicas, manutenção das parcerias, avaliação das necessidades da comunidade e compreensão da contribuição da empresa para atender a tais necessidades.

Nesta integração entre as partes mencionadas e a organização, cria-se uma expectativa mútua no campo de relacionamento, tornando-se uma condição essencial para a sustentação da idéia desta estratégia para a responsabilidade social.

Segundo Ashley (2002, p. 37), “O posicionamento de cada empresa estará associado ao perfil cultural dos públicos que efetivamente exercem poder sobre a direção dela, e esse perfil se reflete na orientação quanto a sua responsabilidade social”.

E mediante Ashley, pode-se considerar as alternativas a seguir como representativas do foco fundamental de relação da empresa com cada grupo de seus *stakeholders*.

Orientação	Objetivo	Visão
Acionistas	Maximização do Lucro	Econômica
Estado/Governo	Cumprimento das Obrigações Legais	Jurídica
Empregados	Reter e Atrair Funcionários Qualificados	Da Área de Recursos Humanos
Comunidade	Relacionamento Socialmente Responsável com a Comunidade na qual se Insere	Assistencialista
Fornecedores e Compradores	Relações Comerciais Éticas	Cadeia de Produção e Consumo
Publicação de Relatórios e Promoção da Marca	Balço Social	Marketing Social
Ambiente Natural	Desenvolvimento Sustentável	Ambiental

Quadro 2.1 – Relação da empresa com seus parceiros

Fonte: Adaptado de Ashley (2002, p. 37).

- Acionistas

Atualmente, os acionistas de uma organização que possui uma visão estratégica especuladora, conseguem perceber que a responsabilidade social para uma empresa se entende como a maximização do lucro.

Do ponto de vista do proprietário, essa tática moderna, é contemplada principalmente por seu aspecto econômico, e conseqüentemente, social.

No que se refere à orientação para os acionistas, Ashley (2002, p. 37), afirma que “A responsabilidade social é vista do aspecto econômico: só se faz o que aumenta os lucros, gerando valor para os acionistas”. Ou seja, apesar do acionista se lançar ao propósito da responsabilidade social e não sendo este o papel principal de um empreendimento, as empresas acabam abraçando esta causa, pois obtém vantagens na lucratividade, que é o seu maior alvo dentro de uma instituição.

Os acionistas, também chamados de *stakeholders* internos, quando investem nesse espaço que diz respeito à área social, buscam constantemente informações pertinentes aos resultados positivos em suas demonstrações financeiras no que se refere ao retorno desse investimento.

- Estado/Governo

Segundo Ashley (2002, p. 38), o Estado ou governo alega que “[...] a responsabilidade social da empresa está no estrito cumprimento de suas obrigações definidas e regulamentadas em lei. É vista apenas sob o aspecto jurídico/legal: só se faz o que a lei obriga”. Ou seja, o governo cita que as empresas não fazem nada mais que sua obrigação para com a sociedade. Pois as mesmas empresas que destroem o meio ambiente e causam a desigualdade social, também devem restaurá-lo.

Na prática, o contexto acaba não sendo o mesmo, pois como o governo não é capaz de sozinho, solucionar todo esse problema sócio-ambiental, acabam unindo-se empresas e governo, para que seus relacionamentos sejam transparentes para com a sociedade e demais usuários desses interesses.

Apesar de o governo intervir na idéia de que é uma obrigação das empresas, o mesmo acaba propiciando o subsídio de impostos, entre outros benefícios, para que em parceria tornem a qualidade de vida da sociedade e o meio ambiente cada vez melhores.

- Empregados

A entidade, no que diz respeito ao seu relacionamento para com os seus funcionários, deveria pôr em prática o que está descrito na lei, melhor proferindo, respeitando as obrigações legais no que se refere ao empregado-empregador.

Entretanto, uma gestão socialmente responsável vai além, busca alinhar a cidadania organizacional com os objetivos estratégicos da empresa.

Ashley (2002, p.38), referente à orientação para os empregados “vê a responsabilidade social como forma de atrair e reter funcionários com qualificação... para a empresa, ela é uma responsabilidade básica de gestão de Recursos Humanos”.

Ações que visam o bem estar dos empregados, como melhoria nas condições de trabalho, plano de carreira, assistência, benefícios, previdência privada, saúde, ambiente de trabalho com participação ativa dos funcionários nas atividades das empresas, incentivam a cada vez mais sentirem valorizados e prontamente qualificados, e como consequência disso, vir a causar números positivos para a organização.

- Comunidade

Já na orientação para a comunidade, Ashley (2002, p.38), diz que:

A responsabilidade social tem um caráter assistencialista. A disseminação dessa orientação tem um grande impacto na sociedade, podendo criar e estimular um mercado de trabalho para o terceiro setor, além de aumentar o valor agregado à imagem da empresa junto a governo, trabalhadores, clientes, concorrentes, parceiros e fornecedores.

Para o desempenho de suas atividades, as empresas necessitam da comunidade na qual a mesma está incluída. Da mesma forma a sociedade também torna necessário o apoio destas entidades para que reúna através de projetos sociais e comunitários práticas contra a exclusão social, o desemprego, discriminação, enfim todo e qualquer ato que não cumpra os deveres da humanidade.

Portanto, a empresa deve gerenciar num âmbito minucioso suas relações com esse *stakeholders* externos, visando melhorar a qualidade de vida na qual aquela comunidade está inserida.

- Fornecedores e Compradores

As empresas que exercem a responsabilidade social devem ter discernimento crítico na escolha de seus parceiros e fornecedores com relação à base ética, tanto no que diz respeito à medida econômica, ambiental e social. Partindo desse princípio, a organização deverá levar em consideração o código de conduta destes *stakeholders*, pois será de grande valor no momento da tomada de decisão.

Para Ashley (2002, p. 38), a orientação para os fornecedores e compradores se destaca do seguinte modo:

A base é o comércio ético, seja nacional ou internacional, tanto com relação aos fornecedores – seleção, capacitação e retenção de fornecedores éticos em suas diversas dimensões (econômica, ambiental e social) – quanto com relação aos compradores – educação do consumidor ou comprador, informação recíproca para o cuidado com a seleção, uso e descarte de produtos e serviços”.

Não somente as empresas devem sustentar essa preferência, mas como também os próprios consumidores ou compradores, afinal, eles também devem comprar a idéia de que se adquirirem produtos e serviços fabricados por empresas socialmente responsáveis, estarão cooperando para esse atributo, e o efeito deste propósito será cada vez mais uma sociedade plenamente sustentável.

Cabe salientar que a Nike, marca líder do mercado de tênis em todo o mundo, viu suas ações despencarem após denúncia de exploração de trabalho infantil por fornecedores asiáticos (ASHLEY, 2002 p. 38).

- Publicação de Relatórios e Promoção à Marca

O Balanço Social é o relatório que interessa aos diferentes usuários das informações, sejam esses os trabalhadores, os parceiros nos negócios da empresa, usuários da informação contábil e social, por fim todos aqueles que fazem parte da capacidade produtiva de uma organização. A finalidade deste relatório será articular o acesso ao que se refere à responsabilidade social que uma determinada gestão concede para a sociedade em geral.

Carvalho (1990, *apud* TINOCO 2001, p. 37), em sua leitura observa que, “o Balanço Social pode contribuir para modificar a imagem pública da empresa, do próprio pessoal e do público em geral; em alguns países, está constituindo um bom instrumento de trabalho para as negociações laborais entre a direção da empresa e os sindicatos”.

No Brasil, até o momento não é obrigatória a publicação deste relatório, todavia muitas organizações disponibilizam tal documento, pois além da visão ética, também trazem interesses empresarias como o *marketing* social da instituição.

Segundo Melo Neto e Froes (2001, p. 74), cita que:

O verdadeiro *marketing* social atua fundamentalmente na comunicação com os funcionários e seus familiares, com ações que visam aumentar comprovadamente o seu bem-estar social e o da comunidade. Essas ações de médio e longo prazo garantem sustentabilidade, cidadania, solidariedade e coesão social. A comunicação dos resultados alcançados por tais ações sociais e os ganhos da empresa resultantes da maior visibilidade dessas ações constituem o que denominamos de *marketing* social ético.

No que se sucede a essas atuações, a organização vem a lucrar com a produtividade, ser reverenciada, além disso, ter mais credibilidade e acima de tudo, uma maior participação no mercado.

- Ambiente Natural

Existe uma preocupação da comunidade com relação à incessante degradação ambiental, provocada pela ação humana em todo o universo.

Para Ashley (2002, p. 39), no que diz respeito à orientação para o ambiente natural, “a responsabilidade social tem como objetivo o desenvolvimento sustentável, integrando fatores como tecnologia, recursos, processos, produtos, pessoas e sistemas de gestão”.

Neste mesmo contexto, Melo Neto e Froes (2001, p. 150) afirmam que “[...] a empresa deve implementar o seu sistema de gestão ambiental com base em três critérios básicos:

- realização de ações de treinamento e capacitação de recursos humanos;
- integração das ações de preservação ambiental com as ações de saúde;
- segurança industrial e certificação ambiental com base nas normas ISO 14000 e BS 8800”.

A ISO 14000 é o padrão internacional em geral utilizado para auditoria ambiental, certificação e comércio ecossensível. O BS 8800 é um guia de diretrizes, para implantação de um sistema eficaz de gerenciamento de questões relacionadas à prevenção de acidentes e doenças ocupacionais.

Portanto, uma organização que atua com responsabilidade social nessa área, salienta-se pela sua qualidade em política de gestão ambiental, preservação da saúde, proteção de seus empregados e, principalmente, pelo fato de estar inserindo a questão ambiental como uma das prioridades de sua gestão.

2.2 Balanço Social

O Balanço Social tem como função principal a visualização através de um demonstrativo que a empresa gera, onde constam assuntos de natureza sócio-econômica com o intuito de prestar contas para com a sociedade e demais usuários.

Kroetz (2001, p.56) afirma que o Balanço Social “representa a demonstração dos recursos e das influências (favoráveis e desfavoráveis) recebidas e transmitidas pelas entidades na promoção humana, social e ecológica”.

São encontrados diversos conceitos entre vários autores sobre o que vem a ser o Balanço Social:

Para Luca (1998, p.19) o “Balanço Social é um instrumento utilizado para aferir de forma adequada os resultados da empresa na área socioeconômica, ou seja, que permite avaliar e informar os fatos sociais vinculados à empresa”.

Tinoco (2001, p. 14), apresenta que “o Balanço Social é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários, entre estes os funcionários”.

“O balanço social é uma ferramenta que, quando construída por múltiplos profissionais, tem a capacidade de explicitar e medir a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta”. (WWW.BALANCOSOCIAL.ORG.BR).

Mediante esses conceitos, é importante a aplicação de uma metodologia de apresentação econômica, clara e concisa, identificando as informações úteis para cada usuário.

Apesar de existirem várias definições a respeito do que seria o Balanço Social e para quais usuários ele é destinado, este demonstrativo precisa trazer consigo total transparência nas informações publicadas.

Essa transparência das informações se entende de diversas formas, tais como:

- a existência de evidências no relatório que permitam ao usuário um bom entendimento;
- a revisão por uma entidade que não esteja vinculada com a gestão da organização;
- definição de um responsável pelas informações que constam no Balanço Social e que esse possa servir de interlocutor entre os usuários e sanar quaisquer dúvidas.

No intuito de influenciar as empresas a publicarem o Balanço Social, muitas instituições vieram a criar modelos específicos, com a finalidade de facilitar o entendimento dos usuários deste tipo de informação. O modelo mais utilizado pelas empresas brasileiras é o modelo do Ibase.

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), criado em 1981, é uma instituição de utilidade pública federal, sem fins lucrativos, sem vinculação religiosa e a partido político. Sua missão é a construção da democracia, combatendo desigualdades e estimulando a participação cidadã. (WWW.IBASE.ORG.BR).

O outro modelo sugerido de relatório padronizado vem a ser o elaborado pelo Instituto Ethos.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização não-governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa. (WWW.ETHOS.ORG.BR).

O primeiro relatório visa à adoção de práticas responsáveis e transparentes das ações empresariais, já o Ethos sugere às empresas a adoção de alguns princípios básicos direcionados a direitos humanos, condições de trabalho e relação com o meio ambiente.

Através desses relatórios elaborados anualmente, as empresas passam a prestar contas das atividades e dos impactos econômicos, sociais e ambientais da organização.

Com o passar do tempo está crescendo o número de relatórios de sustentabilidade publicados pela empresas, automaticamente também cresce o número de usuários destas informações.

Esse demonstrativo, muito antes de ser considerado uma atividade filantrópica ou uma peça de *marketing*, é uma poderosa ferramenta na elaboração de estratégias empresariais, porém desde que seja elaborado de forma transparente.

2.3 Modelos de Balanço Social

As empresas estão progressivamente investindo na gestão social, e de forma ética desejam tornar público seus propósitos. No Brasil, existem alguns modelos predominantes quanto à sua forma e como deve ser elaborado o Balanço Social, assim como também o que prevalece na atualidade. Analisa-se a seguir, determinados modelos e de quais institutos os mesmos são propostos.

2.3.1 Ethos

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social foi fundado em 1998 com o objetivo de disseminar a necessidade da responsabilidade social no âmbito empresarial. É uma organização não-governamental, que possui a missão de mobilizar, sensibilizar e auxiliar os executivos a administrar seus interesses de uma forma socialmente responsável.

Idealizado por empresários e executivos oriundos do setor privado, o Instituto Ethos é um pólo de organização de conhecimento, troca de experiências e desenvolvimento de ferramentas que auxiliam as empresas a analisar suas práticas de gestão e aprofundar seus compromissos com a responsabilidade corporativa. É hoje uma referência internacional no assunto e desenvolve projetos em parceria com diversas entidades no mundo todo. (www.ethos.org.br).

Esse instituto tem desenvolvido vários seminários e materiais direcionados à conscientização dos gestores sobre a assimilação da responsabilidade ao intuito dos negócios. Da mesma forma, também produziu o guia de elaboração do balanço social, com a finalidade de que funcionasse como uma ferramenta de gestão. Essa ferramenta foi criada com a intenção de padronizar a forma de apresentação dos relatórios, propondo que se viesse a existir indicadores de responsabilidade social semelhantes, poderia se fazer comparações entre empresas, e até mesmo dos diversos setores existentes entre essas organizações.

O Ethos sugere que o relatório social contenha informações conforme segue o modelo abaixo:

Parte I - Apresentação
01 Mensagem do Presidente
02 Perfil do Empreendimento
03 Setor da Economia
Parte II - A Empresa
04 Histórico
05 Missão e Visão
06 Princípios e Valores
07 Estrutura e Funcionamento
08 Governança Corporativa
Parte III - A Atividade Empresarial
09 Diálogo com Partes Interessadas
10 Indicadores de Desempenho
10.1 Indicadores de Desempenho Econômico
10.2 Indicadores de Desempenho Social
10.3 Indicadores de Desempenho Ambiental
Parte IV - Anexos
11 Demonstrativo do Balanço Social (Modelo IBASE)
12 Iniciativas do Interesse da Sociedade (Projetos Sociais)
13 Notas Gerais

Quadro 2.2 – Modelo de Balanço Social apresentado pelo Instituto Ethos

Fonte: www.ethos.org.br

Diante do modelo sugerido pelo Ethos, pode-se analisar como deve ser o preenchimento deste relatório e a que diz respeito cada item apresentado:

1 – Mensagem do Presidente: através desta mensagem, a empresa se posiciona perante suas partes interessadas, informando a perspectiva de que resultou o processo no relatório, sendo que, deverá apresentar os principais aspectos do documento. Indica-se incluir pontos altos a serem atingidos; objetivos ambientais, econômicos e sociais a que

a empresa se propõe; reconhecimento de sucessos e insucessos obtidos ao longo do processo e por fim, desafios mais significativos no sentido de integrar a responsabilização pelo desempenho financeiro ao desempenho econômico, e ambiental, bem como as implicações desses fatos nas estratégias futuras.

2 – Perfil do Empreendimento: propõe uma visão geral da empresa, sendo que permitirá 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 o quadro 2.3.

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	X	X	X
Número de Plantas / Unidades			X
Espécie de Empresa			X
Desdobramento de Vendas			X
Mudanças Significativas -Tamanho, Estrutura, Propriedade, Produtos, Serviços.			X

Quadro 2.3 – Perfil do Empreendimento

Fonte: www.ethos.org.br

3 – Setor da Economia: constitui-se de uma breve apresentação do setor da economia em que a empresa atua, bem como sua participação nos debates que envolvem o tema responsabilidade social empresarial.

4 – Histórico: neste espaço a oportunidade cedida à comunicação é muito importante, pois a informação referente ao surgimento do empreendimento será direcionada aos diferentes públicos. A função deste histórico é descrever um breve relato das etapas que a empresa percorreu até o seu apontamento.

5 – Missão e Visão: a Missão é a razão da existência da empresa, ou seja, é uma justificativa por meio da qual a organização serve à sociedade. A Visão consiste na direção estratégica da empresa, no que diz respeito a assuntos de ordem ética, ambiental, econômica e social.

6 – Princípios e Valores: inserir os princípios e valores que se referem à tomada de decisão. Cabe salientar também que neste espaço é adequado para apresentar o código de conduta da organização, bem como sua estratégia de ação.

7 – Estrutura e Funcionamento: evidencia as principais informações relacionadas à como a empresa opera suas atividades e os aspectos mais significativos dos sistemas de gestão de pessoas, gestão de qualidade, entre outros processos.

8 – Governança Corporativa: apresenta seu sistema de governança, principalmente no que se refere à estrutura e funcionamento do Conselho de Administração.

9 – Diálogo com Partes Interessadas: trata dos critérios e processos utilizados pela organização para relacionar-se com os seus diversos usuários das informações.

10 – Indicadores de Desempenho: neste item a empresa expõe seus indicadores de desempenho no que diz respeito à responsabilidade social, os quais constituem elementos indispensáveis na viabilização do diálogo com seus usuários em geral. Os indicadores devem ser distribuídos em: Aspectos Qualitativos, sendo a descrição de resultados e práticas de gestão que representam indicadores de desempenho e responsabilidade social; e Indicadores Quantitativos, que são os resultados mensuráveis e monitorados apresentados em números; Outros Indicadores Sugeridos, descrição tanto de informações qualitativas, quanto de indicadores quantitativos.

10.1 – Indicadores de Desempenho Econômico: evidenciam os impactos econômicos da empresa, priorizando a transparência e a ética.

10.2 – Indicadores de Desempenho Social: este indicador demonstra os impactos das atividades da empresa em relação a seus usuários, seja ele o público interno ou a sociedade em geral.

10.3 – Indicadores de Desempenho Ambiental: demonstram os impactos de diferentes tipos e intensidade relacionados ao meio ambiente. Uma empresa socialmente responsável deve gerenciar suas atividades de maneira a identificar estes impactos, buscando minimizar aqueles que são negativos e amplificar os positivos.

11 – Demonstrativo do Balanço Social (Modelo IBASE): apresenta o modelo de Balanço Social proposto pelo instituto IBASE.

12 – Iniciativas do Interesse da Sociedade (Projetos Sociais): demonstram as iniciativas de caráter social, ambiental e cultural desenvolvidas pela empresa.

13 – Notas Gerais: este espaço é destinado às notas explicativas no que se refere ao contexto e metodologia do processo de informações, produção dos indicadores e auditorias realizadas. (WWW.ETHOS.ORG.BR).

O instituto não elimina a condição de administrar a prática do balanço social de outras entidades, pelo contrário, tem motivado a integração entre eles, como por exemplo, o modelo criado pelo instituto Ibase, que será visto a seguir.

2.3.2 Ibase

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) foi fundado em 1981 pelo sociólogo Herbert de Souza (Betinho), que em sua trajetória cidadã neste órgão, se dedicou a democratizar a informação sobre as realidades econômicas, políticas e sociais no Brasil.

O IBASE tem como objetivo combater a desigualdade democrática entre os cidadãos. É uma organização não-governamental, que possui a missão de estruturar a democracia, trabalhando cada vez mais pela participação da sociedade.

Para o Instituto IBASE, democracia “é a participação ativa, participativa, de sujeitos sociais em luta, nos locais em que vivem, agindo e construindo – com igualdade na diversidade – a sociedade civil, a economia e o poder”. (WWW.IBASE.ORG.BR).

Entre os diversos temas que essa entidade vem debatendo, está a responsabilidade social e a questão da ética nas organizações, visto que, tais debates visam à adoção de práticas responsáveis e transparência das informações empresariais.

O modelo proposto por esta entidade é claro e de bom entendimento, buscando promover os aspectos humanitários, econômicos e sociais da sociedade como um todo.

Mediante o modelo proposto pelo IBASE (Anexo A), devem conter neste relatório as seguintes informações:

1 – Base de Cálculo: deve conter informações que correspondem à receita líquida, ou seja, a receita bruta excluída dos impostos, contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais; o resultado operacional apresentado pela organização e por fim a folha de pagamento bruta contabilizada no período.

2 – Indicadores Sociais Internos: deve indicar informações relacionadas a ações sociais da empresa realizadas em conjunto com seus colaboradores, ou seja, qual a sua participação social no que se refere à alimentação, previdência privada, saúde, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, creche ou auxílio-creche, participação nos lucros ou resultados, entre outros benefícios.

3 – Indicadores Sociais Externos: deve apresentar informações que correspondem a ações sociais da empresa exercidas em parceria com a sociedade, o cálculo desse indicador reúne o total das contribuições em prol da sociedade mais os tributos, sendo este último excluído os encargos sociais.

4 – Indicadores Ambientais: deve mostrar informações operacionais da empresa que envolva o meio ambiente, ou seja, quanto foi investido para recuperar o que por ela foi prejudicado. Esses investimentos referem-se a projetos externos como despoluição, conservação de recursos ambientais, campanhas ecológicas, bem como investimentos para melhoramento contínuo da qualidade ambiental na produção da empresa, como por exemplo, gastos com introdução de métodos não-poluentes, auditorias ambientais, entre outros.

5 – Indicadores do Corpo Funcional: deve relacionar informações no que se refere aos seus funcionários, ou seja, nº. de mulheres atuantes na empresa, nº. de negros, nº. de estagiários, nº. de empregados contratados acima de 45 anos, entre outros indicadores do corpo funcional do modelo sugerido.

6 – Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial e um questionário relacionado à participação dos funcionários no que diz respeito a ações de responsabilidade social dirimidas pela empresa.

7 – Outras Informações: este espaço está disponível para que a empresa agregue outras informações importantes quanto ao exercício da responsabilidade social, ética e transparência. (WWW.IBASE.ORG.BR).

Segundo Tinoco (2001, p. 199), em sua pesquisa “o modelo de Balanço Social do IBASE, vem sendo adotado por cerca de 70 empresas no Brasil”.

O instituto em questão esclarece qualquer dúvida quanto ao preenchimento deste formulário, e também divulga os nomes das empresas que publicam tal relatório bem como seus respectivos balanços sociais.

2.4 Projeto de Lei

No congresso nacional circulam algumas Leis e Projetos relacionados à obrigatoriedade da publicação do Balanço Social no sentido de apoiar a responsabilidade social das empresas e o princípio da Empresa Cidadã.

Na esfera municipal, diferentes cidades do país vieram enfatizar essa questão criando recompensas para as empresas que se destacassem com suas práticas. Londrina/PR elaborou o “Selo da Cidadania” por meio de apresentação do Balanço Social das empresas públicas, privadas e terceiro setor. Na cidade de São Paulo/SP, Santo André/SP e Uberlândia/MG desenvolveram o “Selo Empresa-Cidadã” para as empresas que através de seu Balanço Social demonstrem qualidade nas ações realizadas. No município de João Pessoa em Paraíba, instituiu-se o “Selo Herbert de Souza” também para as organizações que apresentarem seu relatório de sustentabilidade com

qualidade nas ações realizadas. Entre os poucos municípios a se destacarem pela iniciativa de políticos da região com relação a essa prática, também se destaca Porto Alegre/RS que através da Lei 8.118/98 institui o Balanço Social às organizações localizadas na região do próprio município.

Na esfera estadual, o estado do Amazonas através da Lei 2.843/03 estabelece o “Certificado de Responsabilidade Social”, incluindo todas as empresas da região amazônica. Através da Lei 7.687/02 o estado do Mato Grosso também passa a promover o “Certificado de Responsabilidade Social”. No Rio Grande do Sul a Lei 11.440/00 disciplinou o Balanço Social para empresas situadas no próprio estado, onde os relatórios serão subscritos por contadores ou técnicos da classe profissional.

Já na esfera federal, as deputadas que terminaram seus mandatos em 1998, Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, expuseram o Projeto de Lei 3.116/97 (Anexo B) que criava e tornava obrigatório o balanço social para todas as empresas públicas e privadas que tenham 100 ou mais funcionários. Porém este PL foi arquivado em 01/02/98 mediante o artigo 105 do Regime Interno da Câmara dos Deputados que menciona:

Art. 105. Finda a legislatura, arquivar-se-ão, todas as proposições que no seu decurso tenham sido submetidas à deliberação da Câmara e ainda se encontrem em tramitação, bem como as que abram crédito suplementar, com pareceres ou sem eles, salvo as:

- I – com pareceres favoráveis de todas as Comissões;
- II – já aprovadas em turno único, em primeiro ou segundo turno;
- III – que tenham tramitado pelo Senado, ou dele originárias;
- IV – de iniciativa popular;
- V – de iniciativa de outro Poder ou do Procurador-Geral da república.

Parágrafo Único: A proposição poderá ser desarquivada mediante requerimento do Autor, ou Autores, dentro dos primeiros cento e oitenta dias da primeira sessão legislativa ordinária da legislatura subsequente, retomando a tramitação deste o estágio em que se encontrava.

Apesar deste primeiro Projeto de Lei não ter obtido sucesso, tramita atualmente na Câmara dos Deputados o PL 032/99 (Anexo C), de autoria do deputado Paulo Rocha, que foi apresentado em 21/06/99, ou seja, logo em seguida do arquivamento do Projeto de Lei 3.116/97. Para que seja finalizado este processo, o Projeto terá que passar pela Comissão de Trabalho, Comissão de Finanças, Comissão de Constituição e Justiça para ser aprovado.

2.5 Parecer da CVM

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) em uma audiência pública apresentou uma proposta para que fosse incluído o Balanço Social nas demonstrações financeiras, que para as empresas de capital aberto já é obrigatória a publicação deste relatório, porém na época não obteve sucesso.

Mediante este acontecimento, a CVM elaborou um Projeto de Lei no qual cita algumas alterações a serem realizadas quanto à disposição obrigatória das empresas para publicarem o Balanço Social. Os critérios exigidos são:

- 1 – Sociedades Anônimas e Limitadas;
- 2 – tenham faturamento anual superior R\$ 150 milhões;
- 3 – ativos com valor acima de R\$ 120 milhões.
- 4 – mesmo que não tenham capital aberto.

No que diz respeito à Demonstração do Valor Adicionado, segundo Perottoni (2002, p.54, *apud* SILVA, 2004, p.34):

A CVM propôs que a Demonstração do Valor Adicionado fosse incluída no anteprojeto da alteração da Lei nº. 6.404/76, estabelecendo que as empresas abertas, assim como quaisquer outras de grande porte, a publiquem como parte integrante das demonstrações financeiras, no que foi atendida.

Com o intuito de obter qualidade e significado nas informações divulgadas, a CVM prevê a obrigação da elaboração da Demonstração do Valor Adicionado.

2.6 Demonstração do Valor Adicionado

A Demonstração do Valor Adicionado é preparada pelo sistema de informações contábeis, sendo de fundamental importância para a gestão empresarial, para o governo, usuários da Contabilidade, e também no que diz respeito a atividades de interesse público.

Segundo a visão contábil de Santos (2003, p. 35), diz que: “A DVA é um componente importantíssimo do Balanço Social, deve ser entendida como a forma mais

competente criada pela Contabilidade para auxiliar na medição e demonstração da capacidade de geração, bem como de distribuição da riqueza de uma entidade”.

Para Kroetz (2000, p. 40), a Demonstração do Valor Adicionado assim se revela:

A DVA é na realidade 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.

O objetivo principal de tal demonstrativo é informar aos seus diversos usuários, o valor da riqueza criada pela empresa e sua respectiva distribuição.

Segundo Tinoco (2001, p. 68),

A elaboração da DVA não tem o objetivo de substituir a Demonstração do Resultado do Exercício, cuja função principal é informar como se forma o resultado líquido de determinado período. Na DVA, o objetivo principal é fornecer informações a diversos grupos participantes nas operações, ou seja, os *stakeholders*.

A DVA é uma das peças principais para a existência do Balanço Social, porém não se deve confundir esse instrumento de prática social com outras Demonstrações Contábeis usuais.

A Demonstração do Valor Adicionado é um demonstrativo contábil voluntário, ou seja, que ainda não é exigido por Lei.

A Lei 6.404/76 de 15 de dezembro de 1976 não inclui a DVA, entre as demonstrações contábeis a serem publicadas, mas a partir de debates sobre a responsabilidade social das empresas, surgiu a busca por uma demonstração que evidenciasse o valor agregado pelas empresas.

A partir desse ponto, foi elaborado e enviado a Câmara dos Deputados o Projeto de Lei nº. 3.741/2000, que tem como propósito alterar a Lei 6.404/76, em seu Art. 176, no que se refere às Demonstrações Contábeis obrigatórias, assim a Demonstração do Valor Adicionado teria sua publicação obrigatória no Brasil.

2.6.1 Modelo para Empresas em Geral

O modelo de Demonstração do Valor Adicionado sugerido abaixo é elaborado pela Fipecafi, sendo que as instruções para preenchimento são tiradas da Contabilidade, logo deve ser respeitado o Princípio da Competência.

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO		
EMPRESA:	Em Milhares de Reais	
DESCRIÇÃO	Pela Legislação Societária	Em Moeda Constante
1 RECEITAS		
1.1 Vendas de Mercadorias, Produtos e Serviços		
1.2 Provisão para Devedores Duvidosos - Reversão/(Constituição)		
1.3 Não Operacionais		
2 INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (INCLUI ICMS E IPI)		
2.1 Matérias-primas Consumidas		
2.2 Custos de Mercadorias e Serviços Vendidos		
2.3 Materiais, Energia, Serviços de Terceiros e Outros		
2.4 Perda/Recuperação de Valores Ativos		
3 VALOR ADICIONADO BRUTO (1 - 2)		
4 RETENÇÕES		
4.1 Depreciação, Amortização e Exaustão		
5 VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (3 - 4)		
6 VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA		
6.1 Resultado de Equivalência Patrimonial		
6.2 Receitas Financeiras		
7 VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (5 + 6)		
8 DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO		
8.1 Pessoal e Encargos		
8.2 Impostos, Taxas e Contribuições		
8.3 Juros e Aluguéis		
8.4 Juros sobre Capital Próprio e Dividendos		
8.5 Lucros Retidos/Prejuízo do Exercício		

Quadro 2.4 – Modelo de Demonstração do Valor Adicionado – Fipecafi

Fonte: Adaptado de Santos (2003, p. 39).

2.6.2 Modelo para Instituições Financeiras

Atualmente, as instituições financeiras a qual a sua principal função é captação de recursos bem como o desempenho de demais atividades financeiras, têm extrema importância no contexto das organizações e de toda a economia. Neste tipo de mercado não se efetua vendas de bens ou serviços, mas sim se procede com intermediações financeiras. Cabe salientar que existem alguns serviços efetuados por essas instituições que se enquadra em prestações de serviços, porém, quando comparadas às receitas da atividade principal, tornam-se irrelevantes.

Partindo deste princípio, a Fipecafi desenvolveu uma forma de adaptação da DVA exclusiva para bancos, conforme o quadro 2.5.

INSTITUIÇÃO:		
DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO DO EXERCÍCIO DE:		
	Em Milhares de Reais	
DESCRIÇÃO	Pela Legislação Societária	Correção Monetária Integral
1 RECEITAS		
1.1 Intermediação Financeira		
1.2 Prestação de Serviços		
1.3 Provisão para Devedores Duvidosos - Reversão/(Constituição)		
2 DESPESAS DE INTERMEDIÇÃO FINANCEIRA		
3 INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS		
3.1 Materiais, Energia e Outros		
3.2 Serviços de Terceiros		
3.3 Perda/Recuperação de Valores Ativos		
4 VALOR ADICIONADO BRUTO (1 - 2 - 3)		
5 RETENÇÕES		
5.1 Depreciação, Amortização e Exaustão		
5 VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (4 - 5)		
6 VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA		
6.1 Resultado de Equivalência Patrimonial		
7 VALOR ADICIONADO A DISTRIBUIR (6 + 7)		
8 DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO		
8.1 Pessoal e Encargos		
8.2 Impostos, Taxas e Contribuições		
8.3 Aluguéis		
8.4 Juros sobre Capital Próprio e Dividendos		
8.5 Lucros Retidos/Prejuízo do Exercício		

Quadro 2.5 – Modelo de Demonstração do Valor Adicionado – Fipecafi p/ Bancos

Fonte: Adaptado de Santos (2003, p. 43).

No que difere do modelo apresentado anteriormente, é que os custos financeiros da atividade bancária devem ser alocados como custo de obtenção de receitas e não como distribuição de valor adicionado.

3 ANÁLISE DAS EMPRESAS PESQUISADAS

Este capítulo apresenta um breve histórico de duas instituições financeiras, no qual será analisada sua participação como uma empresa socialmente responsável, evidenciando os dados através do Balanço Social. A coleta destes dados foi realizada por meio de *sites* das organizações, livros e informativos fornecidos pelas mesmas.

Após análise comparativa de Responsabilidade Social exercida pelas empresas Banco Bradesco S.A. e Banco Itaú S.A., apresenta-se, ainda, uma proposta de modelo de gestão.

3.1 Breve Histórico das Instituições Financeiras

A seguir se descreve um breve histórico das duas instituições financeiras bem como suas iniciativas de responsabilidade social.

3.1.1 Banco Bradesco S.A.

O Banco Bradesco S.A. foi fundado por Amador Aguiar em 10 de março de 1943 na cidade de Marília localizada em São Paulo, distante 443 quilômetros da capital do estado. Há 64 anos atrás, no novíssimo Banco Brasileiro de Descontos S.A., como era chamado, foi inaugurado a partir da Casa Bancária de Almeida, com capital inicial de 10 milhões de cruzeiros. Por franquear sua porta a todos, desde o lavrador, pequeno comerciante até o prefeito da cidade, ou mesmo qualquer pessoa que quisesse guardar o dinheiro ou pedi-lo emprestado, a empresa acabou recebendo o apelido na época de “Banco Brasileiro de Dez Contos”. (WWW.BRADESCO.COM.BR)

Em 1948 iniciou-se um trabalho de intensa expansão, tornando-se o maior banco comercial do setor privado no Brasil no final da década de 60, posteriormente na década de 70 passou a conquistar mercados brasileiros, urbanos e rurais.

Já na década de 80, as subsidiárias de financiamento imobiliário, banco de investimento e financiadora, foram todas incorporadas, tornando-se um banco múltiplo, e a partir desse período sua denominação passou a ser Banco Bradesco S.A.

O Bradesco é a maior instituição financeira privada do Brasil, de acordo com a pesquisa *The Forbes Global 2000*, divulgada pela Revista *Forbes* em março de 2006, e também foi o primeiro grande banco privado de varejo no país. Possui uma rede de

3.015 Agências, 2.500 Agências do Banco Postal, 74.500 funcionários (maior empregador privado do Brasil), maior rede privada de auto-atendimento, com 24.464 máquinas Bradesco Dia&Noite, acesso a Rede Banco24Horas composta por 3.346 máquinas, líder privado em *Internet Banking*, com 7,8 milhões de usuários, 151,6 bilhões em recursos administrados pela BRAM (*Bradesco Asset Management*), 54,4 milhões de Cartões de Débito e Crédito Bradesco, 35 milhões de clientes, 1,3 milhões de acionistas e um Ativo de 281,9 bilhões de reais.

Suas operações se dividem em duas áreas principais: serviços bancários e serviços de seguros, administração de planos de previdência complementar e títulos de capitalização.

A avaliação de excelência desta instituição se traduz como “uma ponderação feita com o critério da qualidade; um grande banco é aquele cujas atividades e interesses se entrelaçam e coincidem com os do país no qual opera; trabalhar com ética; pagar impostos corretamente; prestar informações exatas ao público, respeitar o meio ambiente, investir na qualificação de seus funcionários e ser um banco sólido, confiável e eficaz”.

Sua missão é definida como “consolidar nossa posição como a principal instituição financeira privada no mercado brasileiro, que presta uma gama completa de serviços, aumentando nossa rentabilidade, maximizando valor para nossos acionistas e gerando um retorno acima da média em comparação com outras instituições do setor financeiro brasileiro”.

O Logotipo deste banco é uma árvore estilizada que significa vida, crescimento e renovação.

3.1.1.1 Responsabilidade Social do Banco Bradesco S.A.

Ao longo de sua história, o Bradesco teve várias iniciativas de cunho social, sendo que no início repercutiram-se de uma forma espontânea e independente, e atualmente essas iniciativas são demonstradas como responsabilidade social e governança corporativa dentro da organização.

Essa preocupação com a sociedade começou em 1956, quando o fundador do banco, Amador Aguiar, firmou a Fundação Bradesco, com o objetivo de proporcionar educação e profissionalização a crianças, jovens e adultos.

A primeira escola foi estreada em 29 de junho de 1962, na Cidade de Deus em Osasco no estado de São Paulo, com 300 alunos e sete professores. Atualmente, a fundação está contituída de 40 escolas em 26 Estados e no Distrito Federal, com o total de 108.151 alunos atendidos.

Nessas escolas, que estão instaladas nas imediações de comunidades carentes, os alunos de Educação Básica recebem ensino gratuito, bem como material didático, uniforme, alimentação e assistência médica e odontológica. Os recursos pedagógicos, computadores e *internet* utilizados nestas unidades educacionais, igualam-se ao que há de mais avançado no país. Também são desenvolvidos programas com o objetivo de sensibilizar alunos sobre assuntos como drogas, saúde pública, meio ambiente e exclusão social.

A sua atuação como uma empresa socialmente responsável alcança outros focos, como por exemplo, o investimento em esportes. O Programa Finasa Esportes, é um trabalho de iniciação esportiva e de assistência social, que ao todo, somam 3.000 adolescentes entre 10 e 16 anos de idade, em 52 núcleos instalados em escolas estaduais e particulares, nos centros esportivos da Prefeitura de Osasco, na Fundação Bradesco e em unidades do SESI.

Dá-se preferência para as crianças das comunidades carentes e as únicas exigências são: a frequência e o bom desempenho escolar. As crianças contam com todo o apoio necessário e, até mesmo ajuda psicológica, para o seu desenvolvimento.

Esta é uma atuação social que envolve educação, saúde e cidadania, formando jovens mais preparados para a sociedade.

Na questão da responsabilidade sócio-ambiental, o Bradesco também possui há mais de 15 anos, uma parceria com a ONG Fundação S.O.S Mata Atlântica, ou seja, destina parte dos recursos obtidos com seus produtos a programas de reflorestamento, o que tem viabilizado o plantio de 14 milhões de mudas. Em conjunto com essa ONG, também criou o Programa Ecofinanciamento de veículos, que veio a surgir dentro da filosofia do banco de contribuir para a construção de um mundo sustentável para a atual e as futuras gerações. Com o plantio de árvores, a iniciativa pretende ajudar a compensar as emissões de CO₂ na atmosfera resultantes da frota de veículos financiados pelo banco. Mensalmente, o Bradesco informa à Fundação S.O.S Mata Atlântica o total de veículos financiados no período, autorizando a ONG a realizar o plantio do número de árvores equivalente.

O Bradesco também fez a substituição do papel branco pelo papel reciclado, que é uma das principais ações deste banco em favor da preservação ambiental. O uso do papel reciclado é aplicado em todos os informativos interno e externos, tornando-o um dos maiores consumidores desse produto no Brasil. Trata-se de uma das principais iniciativas da Organização focadas na sustentabilidade e no uso racional dos recursos naturais.

Como estímulo, criou o Capital de Giro Ambiental, ou seja, uma linha de crédito especialmente para as empresas cuja atividade apóie o desenvolvimento social e a preservação do meio ambiente, o que acaba incentivando outras empresas a fazer o mesmo.

A título de inclusão social, estabeleceu linhas de crédito com condições especiais, que visam atender às necessidades de pessoas físicas e de micro empreendedores de baixa renda.

Logo, veio a funcionar como fruto de parceria entre o Bradesco e os Correios, o Banco Postal. Este banco funciona em 5.461 Unidades Postais em mais de 4.700 municípios brasileiros, com o objetivo de beneficiar milhões de pessoas que antes não tinham acesso a serviços bancários, ou seja, significa a inclusão no Sistema Financeiro Nacional de 4,5 milhões de novos correntistas em todo o país.

Este banco privado também desenvolveu um Título de Capitalização, onde parte dos recursos arrecadados se destina ao Instituto Ayrton Senna, instituto este que possui a finalidade de cuidar de crianças e jovens. Cabe salientar, que esse projeto mostra o interesse da sociedade em comprometer-se com as causas sociais.

Além das ações mencionadas acima, a empresa foi premiada diversas vezes por sua atuação na gestão sócio ambiental e pelo reconhecimento às ações sociais realizadas.

3.1.2 Banco Itaú S.A.

Em 02 de janeiro de 1945 é inaugurado o Banco Central de Crédito S.A. por obra de Alfredo Egydio de Souza Aranha, localizado no centro da capital de São Paulo, e constituído com um capital inicial de 10 milhões de cruzeiros. No início da década de 50, o Governo Federal recomenda que seja alterada a razão social do banco, em virtude de reservar esta denominação para o que viria a ser o Banco Central do Brasil. Assim a sua razão social passou a ser Banco Federal de Crédito S.A.

Nesta mesma década, o banco propaga-se como uma instituição de atendimento e serviços, passando a ser utilizado para as mais diversas operações financeiras.

Em 1964, com aquisições de equipamentos de informática, foi possível acelerar o desenvolvimento dos sistemas de processamento. Entretanto, por esse desenvolvimento ser lento, a única alternativa de crescimento rápido estava na fusão com um outro banco, ou seja, a fusão com o Banco Itaú S.A., um banco que na época, era ligado com empresários mineiros. A partir dessa junção, surgiu o Banco Federal Itaú S.A. No decorrer desta década e também na década de 70, houve outras fusões, o banco expandia-se rapidamente. Em 1971, diferencia-se dos outros bancos pelo forte uso do *marketing*, destacando-se para eventos esportivos e patrocínios. Nesta década, passou a ser evidente o nome Itaú perante o público. Com isso, a razão social foi alterada, e o Banco passou a denominar-se Banco Itaú S.A.

Já na década de 80, o Itaú organiza-se como banco múltiplo, centralizando, em carteiras, as operações que antes eram realizadas por empresas distintas no grupo.

O Itaú foi eleito o melhor banco brasileiro e banco do Ano na América Latina, de acordo com a revista especializada *The Banker, Latin Finance e Euromoney* em 2006 e segundo a *Consultoria Inglesa Interbrand*, a marca Itaú é considerada a mais valiosa do Brasil. Esta instituição gerencia uma rede de 3.181 agências no país, 22.798 caixas eletrônicos, acesso a Rede Banco24Horas composta por 2.900 máquinas, emprega 53.277 funcionários, possui 16 milhões de clientes, tem o melhor *internet banking* do Brasil de acordo com a pesquisa *Moody's Investors Service*, é considerado o banco mais inovador segundo a pesquisa *Information Week*, e um Ativo de 257,8 bilhões de reais.

Sua visão é “ser o Banco líder em performance e perene, reconhecidamente sólido e ético, destacando-se por equipes motivadas, comprometidas com a satisfação dos clientes, com a comunidade e com a criação de diferenciais competitivos”.

O Logotipo deste banco é um nome simples, original, de fácil memorização, capaz de traduzir, com apenas quatro letras, a imagem que se busca consolidar: simplicidade e solidez.

3.1.2.1 Responsabilidade Social do Banco Itaú S.A.

Ao longo de sua existência, o Itaú sempre se pautou de forma ética no relacionamento de seus diversos públicos, realizando negócios de forma transparente e construindo um banco comprometido com o desenvolvimento do país.

Em 1993, foi criado o Programa de Apoio Comunitário (Proac), que passou a ser chamado na época de Programa Itaú Social, sendo este programa, a primeira ação em investimento social das diversas que o Itaú desenvolveria posteriormente. Essa política dirige a elaboração, o apoio e o desenvolvimento de projetos que priorizam as ações de educação – ensino fundamental – e saúde pública, originando Programas de Educação e Programas de Saúde.

Em 1995, o Programa de Educação em parceria com a Unicef (Fundo das Nações Unidas para a Infância), originou-se perante a preocupação com o sucesso escolar e com o desenvolvimento integral de crianças e adolescentes. Durante este período surge o prêmio Itaú-Unicef, que apóia as organizações não-governamentais e incentiva suas ações, contribuindo para o ingresso, regresso, permanência e sucesso na escola pública de crianças e jovens de baixa renda. Neste mesmo ano também é lançado o Programa Raízes e Asas, em parceria com a Unicef e o Cenpec, com o objetivo de conquistar um padrão de escolarização de melhor qualidade. Em 1999, o Programa Melhoria da Educação no Município, sendo o objetivo principal, motivar a construção e o desenvolvimento de ações coletivas para a solução de problemas educacionais nos lugares mais vulneráveis do ponto de vista social do País.

No ano de 2000, esse programa se tornou mais forte com a criação da Fundação Itaú Social, vindo a reforçar a campanha do banco em investimentos na área social. Como prova disto, veio a surgir ainda o Programa Escrevendo o Futuro, que tem a finalidade de contribuir para o aperfeiçoamento da escrita dos alunos da 4ª e 5ª séries do ensino fundamental das escolas públicas brasileiras e para a formação de educadores, professores polivalentes e de Língua Portuguesa.

Já o Programa de Saúde, que foi iniciado em 1996, tem o objetivo de buscar a capacitação e aperfeiçoamento dos gestores municipais de serviços de saúde.

O Itaú Cultural foi criado em 1987 com o propósito de estabelecer um amplo banco de dados informatizado sobre a cultura brasileira para estimular a pesquisa usando as tecnologias que começavam a surgir, e foi disponibilizado ao público em 1989, sendo que, ao longo do tempo, este banco de dados foi crescendo gradativamente.

Contudo em 2002, o Itaú Cultural inaugurou sua sede com novas instalações, mais informatizadas e abertas ao público para maior democratização dos bens culturais. Ao mesmo tempo o Instituto aumenta e aprofunda o trabalho com a cultura digital. Além da mudança física, a instituição ampliou sua atuação de responsabilidade social e no campo educativo. Com 20 anos de existência, o Itaú Cultural promove e divulga a

cultura brasileira, no Brasil e no exterior, tornando-se um centro de referência no âmbito da cultura.

Em 2003, o banco instituiu o Domingo Alegre Itaú em todo o Brasil, a fim de estimular o lazer, o esporte e a cultura nas comunidades. Neste ano também surgiu o Itaú Voluntário, no qual o próprio banco apóia e estimula o envolvimento dos funcionários em ações sociais.

A responsabilidade social permeia os negócios do banco, e prosseguindo em sua jornada, no ano de 2004 criou uma Campanha sobre o Uso Consciente do Crédito, que tem como objetivo orientar o público sobre como utilizar as linhas de crédito disponíveis no mercado financeiro, bem como, ajudar a identificar a modalidade de crédito mais adequada às necessidades das micro e pequenas empresas. Neste mesmo ano também fundou o FIES (Fundo Itaú de Excelência Social) que se refere a um fundo de investimentos em ações de organizações que exercem práticas de responsabilidade sócio ambiental diferenciadas. O Programa Diversidade Corporativa reforça a importância de ações como contratação de pessoas com necessidades especiais, adolescente aprendiz e capacitação de afro descendentes.

O uso racional de recursos é uma das políticas do banco, procurando desenvolver este tipo de cultura em seus negócios. Dentre essas iniciativas, destacam-se: reuso da água utilizado no Centro Empresarial do Itaú, permitindo a redução no consumo; com relação a resíduos sólidos, como os materiais de expediente, alguns são reciclados e outros são doados a entidades beneficentes; redução na emissão de poluentes, pois as centrífugas que distribuem o ar condicionado no Centro Empresarial foram substituídas por máquinas que não destroem a camada de ozônio.

Além das ações mencionadas acima, a empresa foi premiada diversas vezes por sua atuação na gestão sócio ambiental e pelo reconhecimento às ações sociais realizadas.

3.2 Apresentação dos Balanços Sociais das Empresas Pesquisadas

3.2.1 Balanço Social do Banco Bradesco S.A.

BALANÇO SOCIAL						
1. Base Cálculo	2005 (Mil R\$)			2004 (Mil R\$)		
Receita Líquida (RL)	14.774.823			11.189.231		
Resultado Operacional (RO)	7.853.504			4.118.111		
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	5.311.560			4.969.007		
2. Indicadores Sociais Internos	(Mil R\$)	% FPB	% RL	(Mil R\$)	% FPB	% RL
Alimentação	455.151	8,57%	3,08%	436.355	8,78%	3,90%
Encargos Sociais Compulsórios	954.031	17,96%	6,46%	924.264	18,60%	8,26%
Previdência Privada	279.687	5,27%	1,89%	217.755	4,38%	1,95%
Saúde	259.502	4,89%	1,76%	218.838	4,40%	1,96%
Segurança e Medicina no Trabalho	-	-	-	-	-	-
Educação	-	-	-	-	-	-
Cultura	-	-	-	-	-	-
Capacitação e Desenvolvimento Profissional	52.306	0,98%	0,35%	52.681	1,06%	0,47%
Creches ou Auxílio-Creche	44.701	8,84%	0,30%	43.798	0,88%	0,39%
Participação nos Lucros ou Resultados	286.632	5,40%	1,94%	182.386	3,67%	1,63%
Outros	96.878	1,82%	0,66%	89.936	1,81%	0,80%
Total - Indicadores Sociais Internos	2.428.888	45,73%	16,44%	2.166.013	43,59%	19,36%
3. Indicadores Sociais Externos	(Mil R\$)	% RO	% RL	(Mil R\$)	% RO	% RL
Educação	4.253	0,05%	0,03%	72.378	1,76%	0,65%
Cultura	13.448	0,17%	0,09%	10.188	0,25%	0,09%
Saúde e Saneamento	591	0,01%	0,00%	3.211	0,08%	0,03%
Habitação	-	-	-	-	-	-
Esporte	5	0,00%	0,00%	431	0,01%	0,00%
Lazer e Diversão	-	-	-	-	-	-
Creches	-	-	-	-	-	-
Alimentação	-	-	-	-	-	-
Combate à Fome e Segurança Alimentar	100	0,00%	0,00%	311	0,01%	0,00%
Outros	9.226	0,12%	0,06%	12.595	0,31%	0,11%
Total das Contribuições para a Sociedade	27.623	0,35%	0,19%	99.114	2,41%	0,89%
Tributos (Excluídos Encargos Sociais)	4.102.704	52,24%	27,77%	2.018.791	49,02%	18,04%
Total - Indicadores sociais Externos	4.130.327	52,59%	27,96%	2.117.905	51,43%	18,93%
4. Indicadores Ambientais	(Mil R\$)	% RO	% RL	(Mil R\$)	% RO	% RL
Relacionados com a Produção/Operação da Empresa	-	-	-	-	-	-
Em Programas e/ou Projetos Externos	-	-	-	-	-	-
Total - Investimentos em Meio Ambiente	0,00	0,00%	0,00%	0,00	0,00%	0,00%
5. Indicadores do Corpo Funcional	2005		2004			
Nº. de Empregados ao Final do Período	73.881		73.644			
Nº. de Admissões Durante o Período	7.290		5.976			
Nº. de Empregados Terceirizados	7.670		6.477			
Nº. de Estagiários	628		391			
Nº. de Empregados Acima de 45 Anos	5.945		5.567			
Nº. de Mulheres que Trabalham na Empresa	34.260		33.918			
% de Cargos de Chefia Ocupados por Mulheres	41%		40%			

Nº. de Negros que Trabalham na Empresa	6.108	5.571
% de Cargos de Chefia Ocupados por Negros	7%	7%
Nº. de Portadores de Deficiência ou Necessidades Especiais	769	706

6. Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial:

• Relação entre a Maior e Menor Remuneração (vezes):	2005	2004
	20,80	20,90
• Número Total de Acidentes de Trabalho:	567	586

Os Projetos Sociais e Ambientais Desenvolvidos pela Empresa foram Definidos:

() pela direção.

(x) pela direção e gerências.

() por todos os empregados.

Os Padrões de Segurança e Salubridade no Ambiente de Trabalho foram Definidos:

() pela direção e gerência.

() por todos os empregados.

(x) por todos + Cipa.

Quanto à Liberdade Sindical, ao Direito de Negociação Coletiva e à Representação Interna dos Trabalhadores, a empresa:

(x) não se envolve.

() segue as Normas da OIT.

() incentiva e segue a OIT.

A Previdência Privada Contempla:

() direção.

() direção e gerências.

(x) todos os empregados.

A Participação nos Lucros ou Resultados Contempla:

() direção.

() direção e gerências.

(x) todos os empregados.

Na Seleção dos Fornecedores, os mesmos Padrões Éticos e de Responsabilidade Social e Ambiental Adotados pela Empresa:

- não são considerados.
 são sugeridos.
 são exigidos.

Quanto à Participação dos Empregados em Programas de Trabalho Voluntário, a Empresa:

- não se envolve.
 apóia.
 organiza e incentiva.

Valor Adicionado Total a Distribuir (Mil R\$):

- **2005:** 14.928.337 - 33,90% Governo 29,20% Colaboradores
- **2004:** 10.047.949 - 29,30% Governo 40,20% Colaboradores

Distribuição do Valor Adicionado (DVA):

2005: 12,60% Acionistas 24,30% Retido % Terceiros

2004: 13,20% Acionistas 17,30% Retido % Terceiros

Quadro: 3.1 – Balanço Social do Banco Bradesco S.A.

Fonte: WWW.BALANCOSOCIAL.ORG.BR.

O Banco Bradesco S.A. apresenta o modelo proposto pelo IBASE para a divulgação do Balanço Social, contendo informações no que se refere ao desenvolvimento de suas atividades sociais no contexto tanto interno quanto externo da organização, além de outras informações relevantes ao exercício da cidadania.

O Balanço Social é publicado juntamente com as demais demonstrações contábeis.

3.2.2 Balanço Social do Banco Itaú S.A.

BALANÇO SOCIAL						
1. Base Cálculo	2005 (Mil R\$)			2004 (Mil R\$)		
Receita Líquida (RL)						
Resultado Operacional (RO)						
Folha de Pagamento Bruta (FPB)						
2. Indicadores Sociais Internos	(Mil R\$)	% FPB	% RL	(Mil R\$)	% FPB	% RL
Alimentação	264.357	5,97%	2,37%	233.077	6,52%	2,29%
Encargos Sociais Compulsórios	822.099	18,56%	7,37%	688.343	19,26%	6,75%
Previdência Privada	31.481	0,71%	0,28%	31.839	0,89%	0,31%
Saúde	157.956	3,57%	1,42%	117.226	3,28%	1,15%
Segurança e Medicina no Trabalho	3.003	0,07%	0,03%	1.135	0,03%	0,01%
Educação	7.115	0,16%	0,06%	3.884	0,11%	0,04%
Cultura	-	-	-	-	-	-
Capacitação e Desenvolvimento Profissional	51.872	1,17%	0,46%	45.354	1,27%	0,44%
Creches ou Auxílio-Creche	15.954	0,36%	0,14%	15.700	0,44%	0,15%
Participação nos Lucros ou Resultados	679.333	15,34%	6,09%	513.144	14,36%	5,03%
Outros	68.448	1,55%	6,01%	70.440	1,97%	0,69%
Total - Indicadores Sociais Internos	2.101.618	47,46%	18,84%	1.720.142	48,14%	16,86%
3. Indicadores Sociais Externos	(Mil R\$)	% RO	% RL	(Mil R\$)	% RO	% RL
Educação	23.825	0,29%	0,21%	19.374	0,26%	0,19%
Cultura	28.199	0,34%	0,25%	27.648	0,38%	0,27%
Saúde e Saneamento	2.418	0,03%	0,02%	1.134	0,02%	0,01%
Habitação	-	-	-	-	-	-
Esporte	-	-	-	50	0,00%	0,00%
Lazer e Diversão	-	-	-	-	-	-
Creches	-	-	-	20	0,00%	0,00%
Alimentação	-	-	-	-	-	-
Combate à Fome e Segurança Alimentar	6	0,00%	0,00%	1.257	0,02%	0,01%
Outros	24.914	0,30%	0,22%	26.208	0,36%	0,26%
Total das Contribuições para a Sociedade	79.362	0,97%	0,71%	75.691	1,03%	0,74%
Tributos (Excluídos Encargos Sociais)	4.692.436	57,35%	42,06%	3.549.405	48,35%	34,80%
Total - Indicadores sociais Externos	4.771.798	58,32%	42,77%	3.625.096	49,38%	35,54%
4. Indicadores Ambientais	(Mil R\$)	% RO	% RL	(Mil R\$)	% RO	% RL
Relacionados com a Produção/Operação da Empresa	2.627	0,03%	0,02%	4.539	0,06%	0,04%
Em Programas e/ou Projetos Externos	358	0,00%	0,00%	411	0,01%	0,00%
Total - Investimentos em Meio Ambiente	2.985	0,04%	0,03%	4.950	0,07%	0,05%
5. Indicadores do Corpo Funcional	2005			2004		
Nº. de Empregados ao Final do Período	51.036			45.316		
Nº. de Admissões Durante o Período	10.432			3.872		
Nº. de Empregados Terceirizados	-			-		
Nº. de Estagiários	995			1.021		
Nº. de Empregados Acima de 45 Anos	6.926			6.296		
Nº. de Mulheres que Trabalham na Empresa	27.894			24.029		
% de Cargos de Chefia Ocupados por Mulheres	37%			36%		
Nº. de Negros que Trabalham na Empresa	5.823			4.258		
% de Cargos de Chefia Ocupados por Negros	5%			5%		

6. Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial:

• Relação entre a Maior e Menor Remuneração (vezes):	2005	2004
	-	-
• Número Total de Acidentes de Trabalho:	540	524

Os Projetos Sociais e Ambientais Desenvolvidos pela Empresa foram Definidos: pela direção. pela direção e gerências. por todos os empregados.**Os Padrões de Segurança e Salubridade no Ambiente de Trabalho foram Definidos:** pela direção e gerência. por todos os empregados. por todos + Cipa.**Quanto à Liberdade Sindical, ao Direito de Negociação Coletiva e à Representação Interna dos Trabalhadores, a empresa:** não se envolve. segue as Normas da OIT. incentiva e segue a OIT.**A Previdência Privada Contempla:** direção. direção e gerências. todos os empregados.**A Participação nos Lucros ou Resultados Contempla:** direção. direção e gerências. todos os empregados.**Na Seleção dos Fornecedores, os mesmos Padrões Éticos e de Responsabilidade Social e Ambiental Adotados pela Empresa:** não são considerados. são sugeridos.

(x) são exigidos.

Quanto à Participação dos Empregados em Programas de Trabalho Voluntário, a Empresa:

() não se envolve.

() apóia.

(x) organiza e incentiva.

Valor Adicionado Total a Distribuir (Mil R\$):

- **2005:** 13.999.493 - 33,30% Governo 29,50% Colaboradores
- **2004:** 11.021.341 – 34,80% Governo 30,50% Colaboradores

Distribuição do Valor Adicionado (DVA):

2005: 13,50% Acionistas 23,70% Retido % Terceiros

2004: 12,50% Acionistas 22,20% Retido % Terceiros

Quadro: 3.2 – Balanço Social do Banco Itaú S.A.

Fonte: WWW.BALANCOSOCIAL.ORG.BR.

O Banco Itaú S.A. apresenta o modelo proposto pelo IBASE para a divulgação do Balanço Social, contendo informações no que se refere ao desenvolvimento de suas atividades sociais no contexto tanto interno quanto externo da organização, além de outras informações relevantes ao exercício da cidadania.

O Balanço Social é publicado juntamente com as demais demonstrações contábeis.

3.3 Estudo Comparativo das duas Instituições e Proposta de Modelo de Gestão

Analisando os balanços sociais das empresas tratadas neste trabalho, observou-se que as duas adotam modelos de balanços semelhantes, ou seja, o modelo sugerido pelo IBASE.

3.3.1 Base de Cálculo

No que se refere a este item do balanço social do Banco Bradesco, observa-se que a folha de pagamento de 2004 para 2005 cresceu 6,89 %. Já o Banco Itaú, o que consta nesta diferença é um percentual de quase quatro vezes a maior, ou seja, teve um acréscimo de 23,92% de um ano para o outro.

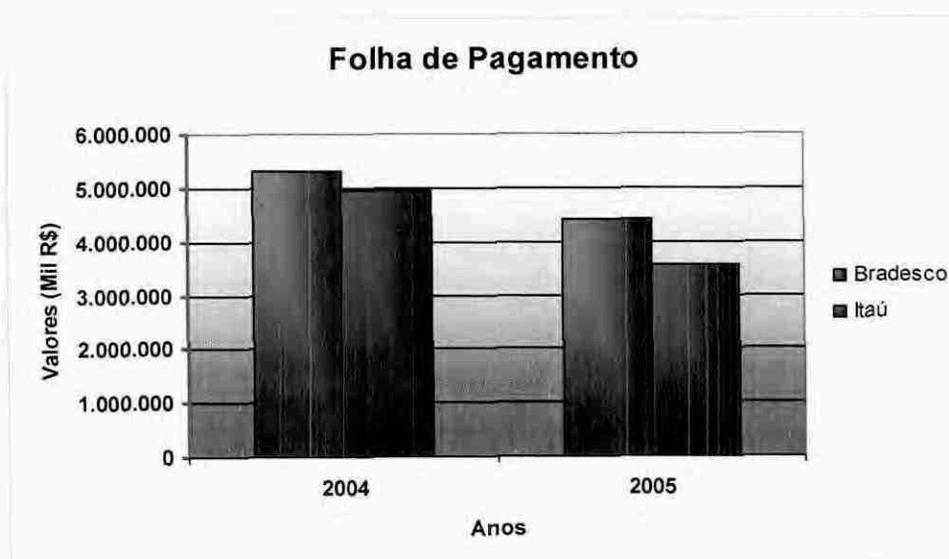


Figura 3.1 – Folha de Pagamento

Fonte: www.balancosocial.org.br

Cabe salientar que mesmo existindo esse crescimento no percentual entre os dois bancos conforme mencionado acima, a maior folha de pagamento em valores nos dois anos, é a do Bradesco, porém seu número de funcionários também é superior, somando um total de 73.881, já o Itaú possui um corpo funcional de 51.036 no final do ano de 2005.

3.3.2 Indicadores Sociais Internos

Com relação ao gasto com Indicadores Sociais Internos, o Bradesco de 2004 para 2005, conforme demonstrado em seu balanço social no item 3.2.1, obteve um aumento de 12,14%. Neste mesmo âmbito, analisa-se que o Itaú de 2004 para 2005 também teve uma progressão, porém em um percentual mais relevante, ou seja, de 22,18% conforme o item 3.2.2.

Procedendo-se a análise dos Indicadores desses dois grandes bancos, observa-se que o Bradesco em 2004 e 2005 não obteve gastos com Segurança e Medicina no Trabalho, Educação e Cultura. Em se tratando dos gastos do banco Itaú, somente não obteve participação na área da Cultura.

Cabe ressaltar que no Bradesco, os gastos com Alimentação, Encargos Sociais Compulsórios, Saúde, Capacitação e Desenvolvimento Profissional, Creches ou Auxílio-Creche, os valores direcionados a cada um desses Indicadores são superiores ao do Itaú, porém em contrapartida, a Participação nos Lucros e Resultados do Banco Itaú vem a alavancar um percentual de 237,01% a mais sobre o Bradesco. Também como avaliação de discrepância, destaca-se na Previdência Privada, o Bradesco, que consiste em um percentual de 888,43% a mais em relação ao Itaú.

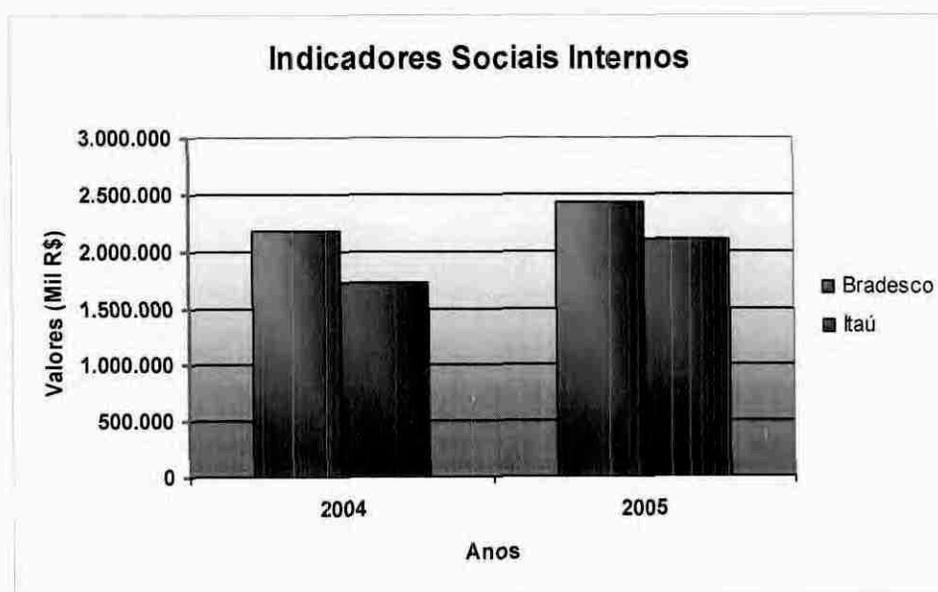


Figura 3.2 – Indicadores Sociais Internos

Fonte: www.balancosocial.org.br

3.3.3 Indicadores Sociais Externos

O Bradesco de 2004 para 2005 decresceu nas contribuições realizadas em favor da sociedade em um percentual de 72,13%. No que diz respeito ao Itaú, foi ao contrário, as contribuições focadas para a sociedade cresceram 4,85 % de um ano para o outro.

Procedendo-se a análise dos Indicadores Externos, observa-se que o Bradesco em 2004 e 2005 não gerou gastos com Habitação, Lazer e Diversão, Creches e Alimentação. Vale ressaltar que Esporte e Creches o Itaú realizou contribuições somente no ano de 2004, não vindo a realizar essa prática em 2005.

Neste item do Balanço Social a ênfase deve ser dada ao banco Itaú, pois os gastos com Educação, Cultura, Saúde e Saneamento, os valores direcionados a cada um desses indicadores são superiores ao do Bradesco, porém na questão de contribuições para o Combate à Fome e Segurança Alimentar, existe uma disparidade entre esses dois bancos, o Bradesco chegou a atingir uma diferença de quase 17 vezes a mais em relação ao banco Itaú.

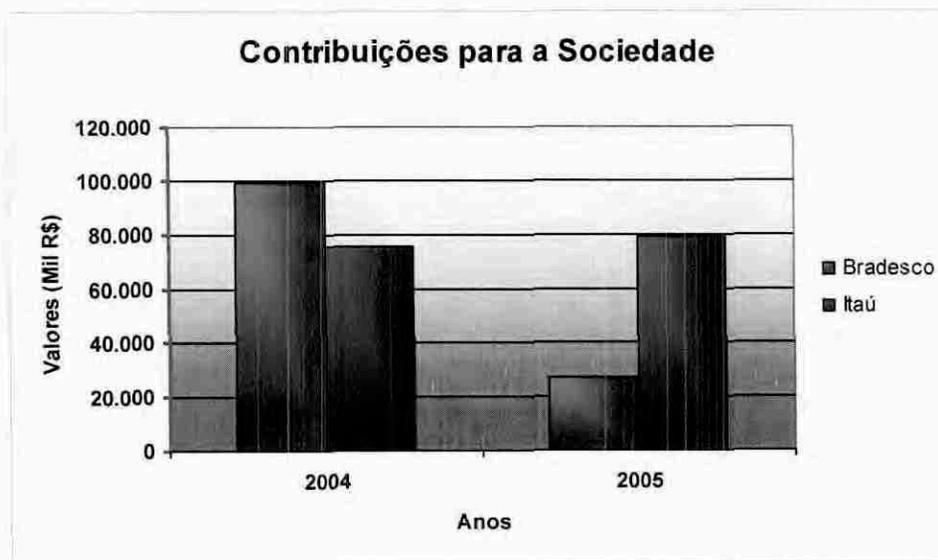


Figura 3.3 – Contribuições para a Sociedade

Fonte: www.balancosocial.org.br

Evidenciando os tributos que se resumem em impostos, contribuições e taxas federais, estaduais e municipais menos os encargos sociais, também são considerados Indicadores Externos. O Bradesco de 2004 para 2005 teve um acréscimo nesses tributos

de 32,20 %, porém o banco Itaú teve um considerável aumento de 103,22 % de um ano para o outro, ou seja, duplicou o seu valor em tributos.

3.3.4 Indicadores Ambientais

O Bradesco, neste item de seu Balanço Social, não apresenta em 2004 e 2005 valores relacionados com a produção ou operação da empresa e em programas ou projetos externos.

O Itaú no que se refere aos indicadores relacionados com a produção ou operação da empresa teve um decréscimo de 42,12 % de 2004 para 2005. E em programas ou projetos externos também teve uma queda de 12,89 % com relação de um ano para o outro.

3.3.5 Indicadores do Corpo Funcional

3.3.5.1 Banco Bradesco S.A.

Com referência aos Indicadores do Corpo Funcional contidos no Balanço Social de 2004 e 2005 do Banco Bradesco, faz-se as seguintes observações:

- 1 – a empresa apresentou um aumento de 0,32 % no número de empregados de 2004 para 2005;
- 2 – o número de empregados terceirizados aumentou 18,42% de 2004 para 2005, o que representou de um ano para o outro, respectivamente, 8,79 % e 10,38 % do quadro funcional;
- 3 – o percentual de número de estagiários teve um acréscimo de 60,61 % , sendo em 2004 um número de 391 e passando a representar em 2005 o total de 628 em estágio de aprendizado;
- 4 – no que se refere ao número de empregados acima de 45 anos, o percentual progrediu em 6,79 % de 2004 para 2005, sendo que, de um ano para o outro, esse percentual cresceu, respectivamente, de 7,56 % para 8,05% do quadro funcional, ou seja, um aumento considerado irrelevante;

- 5 – o percentual de mulheres que trabalhavam na empresa em 2004 e 2005, respectivamente, era de 46,06 % e 46,37%. Observa-se que houve um aumento no número de mulheres no corpo funcional da organização. Cabe salientar que em 2004 o número de cargos de chefia ocupados por mulheres foi de 40%, passando a representar 41% em 2005;
- 6 – o número de empregados negros que trabalhavam na empresa equivalente ao número total de funcionários em 2004 era de 7,56 % e, no ano de 2005, 8,27 %, sendo que em 2004 e 2005, 7% desses funcionários ocuparam cargo de chefia dentro da organização;
- 7 – o número de portadores de deficiência ou necessidades especiais, de 2004 para 2005, cresceu em 8,92%, passando a representar 769 funcionários;

3.3.5.2 Banco Itaú S.A.

Com referência aos Indicadores do Corpo Funcional contidos no Balanço Social de 2004 e 2005 do Banco Itaú, faz-se as seguintes observações:

- 1 – a empresa apresentou um aumento de 12,62 % no número de empregados de 2004 para 2005;
- 2 – a tática de empregados terceirizados não é adotada por este banco;
- 3 – o percentual com relação ao número de estagiários teve uma queda de 2,55 % de 2004 para 2005, ou seja, de um ano para o outro caiu de 1021 para 995 estagiários, e que passaram a equivaler respectivamente, 2,25 % e 1,95 % do quadro de funcionários;
- 4 – o número de empregados acima de 45 anos teve uma progressão em 10% de 2004 para 2005, porém, enquanto que em 2004 o percentual era de 13,89 % sobre o quadro total de funcionários, em 2005 passou a representar 13,57% deste total;

- 5 – o percentual de mulheres que trabalhavam na empresa em 2004 era de 53,02 %, e em 2005 passou a representar 54,65 % do total do corpo funcional. Cabe salientar que houve um aumento na contratação de mulheres de um ano para o outro, ou seja, um número que era em 2004 de 24.029, veio a representar em 2005 um total de 27.894, concedendo um acréscimo de 16,08 %;
- 6 – o percentual de cargos de chefia ocupados por mulheres em 2004 era de 36%, vindo a crescer esse percentual para 37% em 2005;
- 7 – o número de negros que trabalham neste banco, era em 2004 em números de 4.258, vindo a crescer para 5.823 em 2005, essa diferença evidencia um aumento de 36,75 % em relação de um ano para o outro. No que se refere aos cargos de chefias ocupados por negros, obtém um percentual de 5%, permanecendo estático esse índice durante os dois anos;
- 8 – a empresa apresentou um número de 900 portadores de deficiência ou necessidades especiais exercendo funções dentro da instituição no ano de 2004. Já em 2005 esse número subiu para 1.161, elevando em um percentual de 29 %.

Diante deste comparativo realizado individualmente nas instituições financeiras, evidenciou-se a evolução do ano de 2004 para 2005, sendo válido equiparar entre esses dois bancos alguns indicadores.

No que diz respeito ao número de funcionários que possuem idade acima de 45 anos, o Bradesco em 2005 obteve um percentual de 8,05% em relação ao total do seu corpo funcional. Já o banco Itaú, fechou em 2005 um percentual de 13,57%, ou seja, a diferença de 5,52% é relevante quando se trata deste indicador.

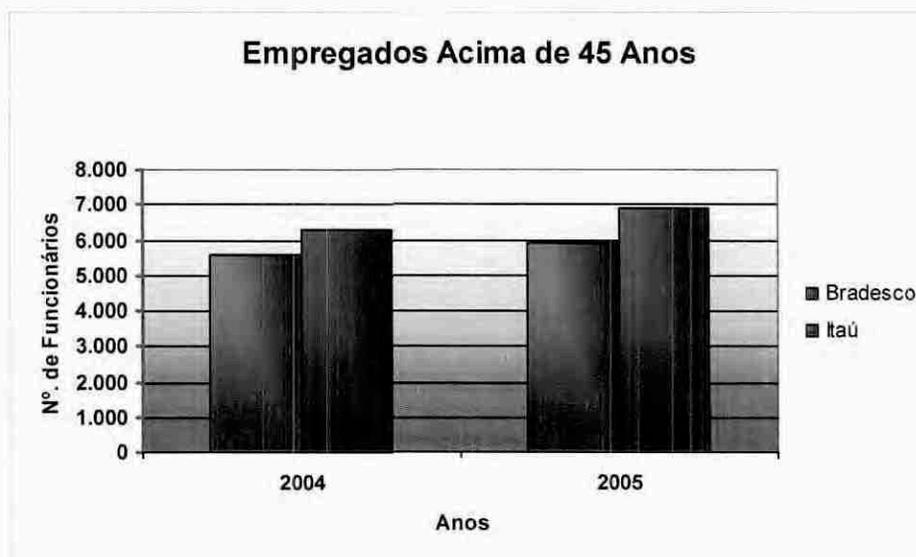


Figura 3.4 – Empregados Acima de 45 Anos

Fonte: www.balancosocial.org.br

Outro indicador importante nesta comparação seria destacar o número de mulheres que trabalham na empresa. O Bradesco alcançou um percentual de 46,37 % no ano de 2005 em relação ao número total de funcionários, porém o banco Itaú com referência a estes dados, obteve um percentual de 54,66 %.



Figura 3.5 – Empregados do Sexo Feminino

Fonte: www.balancosocial.org.br

Cabe ressaltar que o Bradesco possuía em 2005 um total de 22.845 funcionários a mais que o Itaú, porém se comparado à proporção de mulheres em relação ao número total de funcionários, o banco Itaú se destaca com um percentual de 8,29 % sobre o Bradesco.

Ao analisar o número de negros que trabalham nestas empresas, mediante a figura 3.6 pode-se observar que o Bradesco possui um total superior ao do Itaú, tanto em 2004 quanto em 2005.

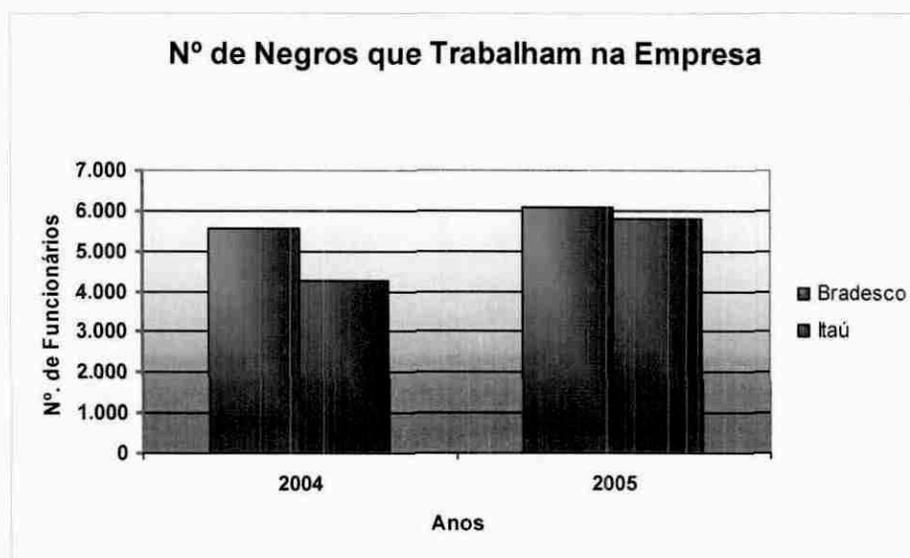


Figura 3.6 – Nº. de Negros que Trabalham na Empresa

Fonte: www.balancosocial.org.br

Porém quando se relaciona a proporção de negros em relação ao número total de funcionários, o Bradesco alcança um percentual de 8,27 %, sendo que o Itaú, quando se faz essa mesma comparação, leva um percentual de 11,41%, ou seja, uma diferença a maior para o Itaú em 3,14 %.

3.3.6 Receita Líquida x Indicadores

Ainda, cabe-se uma comparação de todos os indicadores com relação à Receita Líquida das duas empresas, a fim de verificar as contribuições em cada indicador, conforme quadro 3.1:

	Banco Bradesco S.A.				Banco Itaú S.A.			
	2004 (R\$)	%	2005 (R\$)	%	2004 (R\$)	%	2005 (R\$)	%
Receita Líquida	11.189.231	100,00%	14.774.823	100,00%	10.200.105	100,00%	11.156.714	100,00%
Indicadores Sociais Internos	2.166.013	19,36%	2.428.888	16,44%	1.720.142	16,86%	2.101.618	18,84%
Indicadores Sociais Externos	2.117.905	18,93%	4.130.327	27,96%	3.625.096	35,54%	4.771.798	42,77%
Indicadores Ambientais	0	0,00%	0	0,00%	4.950	0,05%	2.985	0,03%

Quadro 3.1 – Relação Receita Líquida x Indicadores

Em uma análise vertical, pode-se observar que no ano de 2004 o Banco Itaú destaca-se com um percentual de 35,54% com contribuições para a sociedade, e esse indicador também se evidencia no ano de 2005 com 42,77%. O Bradesco no que diz respeito a este indicador social, de 2004 para 2005 elevou suas contribuições em 9,03%.

Tratando-se dos indicadores internos, as duas instituições financeiras constituem uma média de contribuições em torno de 17,87%, não havendo discrepância nestes dados. E com relação aos indicadores ambientais, o Itaú possui uma relevante contribuição, enquanto que o Bradesco os índices aparecem zerados no Balanço Social.

3.3.7 Receita Líquida x Lucro Líquido

Para melhor entendimento das duas empresas apresenta-se o quadro 3.1 mostrando a relação receita líquida e lucro líquido das duas instituições e dos dois períodos estudados.

Período	Banco Bradesco S.A.			Banco Itaú S.A.		
	Receita Líquida (R\$)	Lucro Líquido (R\$)	%	Receita Líquida (R\$)	Lucro Líquido (R\$)	%
2004	11.189.231	3.060.151	27,35%	10.200.105	3.775.616	37,02%
2005	14.774.823	5.514.074	37,32%	11.156.714	5.251.334	47,07%

Quadro 3.2 – Relação Receita Líquida x Lucro Líquido

O Banco Bradesco teve maior lucro líquido no período de 2005, porém verificando através de uma análise horizontal, nota-se que quando se faz a relação lucro

líquido com a receita líquida, o Banco Itaú é superior em 9,75% a mais que a outra instituição pesquisada.

3.4 Proposta de Adaptação ao Modelo IBASE

Segue abaixo uma proposta de adaptação ao modelo IBASE e existente nas instituições estudadas:

BALANÇO SOCIAL						
1. Base Cálculo	2005 (Mil R\$)			2004 (Mil R\$)		
Receita Líquida (RL)						
Resultado Operacional (RO)						
Folha de Pagamento Bruta (FPB)						
2. Indicadores Sociais Internos	(Mil R\$)	% FPB	% RL	(Mil R\$)	% FPB	% RL
Alimentação						
Encargos Sociais Compulsórios						
Previdência Privada						
Saúde						
Segurança e Medicina no Trabalho						
Educação						
Cultura						
Capacitação e Desenvolvimento Profissional						
Creches ou Auxílio-Creche						
Participação nos Lucros ou Resultados						
Renda Variável por Metas Atingidas*						
Outros						
Total - Indicadores Sociais Internos						
3. Indicadores Sociais Externos	(Mil R\$)	% RO	% RL	(Mil R\$)	% RO	% RL
Educação						
Cultura						
Saúde e Saneamento						
Habitação						
Esporte						
Lazer e Diversão						
Creches						
Alimentação						
Combate à Fome e Segurança Alimentar						
Outros						
Total das Contribuições para a Sociedade						
Tributos (Excluídos Encargos Sociais)						
Total - Indicadores sociais Externos						
4. Indicadores Ambientais	(Mil R\$)	% RO	% RL	(Mil R\$)	% RO	% RL
Relacionados com a Produção/Operação da Empresa						
Em Programas e/ou Projetos						

Externos

Total - Investimentos em Meio Ambiente**5. Indicadores do Corpo****Funcional**

2005

2004

Nº. de Empregados ao Final do Período

Nº. de Admissões Durante o Período

Nº. de Funcionários com Ensino Superior Completo*

Nº. de Empregados Terceirizados

Nº. de Estagiários

Nº. de Menor Aprendiz*

Nº. de Empregados Acima de 45 Anos

Nº. de Mulheres que Trabalham na Empresa

% de Cargos de Chefia Ocupados por Mulheres

Nº. de Negros que Trabalham na Empresa

% de Cargos de Chefia Ocupados por Negros

Nº. de Portadores de Deficiência ou Necessidades Especiais

* Adaptações realizadas no modelo proposto pelo IBASE

6. Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial:

- **Relação entre a Maior e Menor Remuneração (vezes):** 2005 2004
- **Número Total de Acidentes de Trabalho:**

Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos:

- pela direção.
- pela direção e gerências.
- por todos os empregados.

Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos:

- pela direção e gerência.
- por todos os empregados.
- por todos + Cipa.

Quanto á liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos trabalhadores, a empresa:

- não se envolve.
- segue as Normas da OIT.
- incentiva e segue a OIT.

A previdência privada contempla:

- direção.
- direção e gerências.
- todos os empregados.

A participação nos lucros ou resultados contempla:

- direção.
- direção e gerências.
- todos os empregados.

Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:

- não são considerados.
- são sugeridos.
- são exigidos.

Quanto à participação dos empregados em programas de trabalho voluntário, a empresa:

- não se envolve.
- apóia.
- organiza e incentiva.

O gerenciamento dos resultados obtidos nos projetos sociais da empresa é acompanhado:

- pela direção.
- pela direção e gerências.
- por todos os empregados.

Atendem aos critérios exigidos para que seu índice de sustentabilidade venha a fazer parte dos mercados de capitais internacionais:*

- Atende.
- Não Atende.
- Incentiva.

Com base no modelo proposto pelo Ibase, sugere-se uma adaptação a este Balanço Social com as seguintes adequações: se as empresas pesquisadas remuneraram seus funcionários através de metas atingidas; sugere-se também o questionamento se as empresas pesquisadas regem a Lei 10.097/00 que determina e regulamenta a contratação de jovens aprendizes.

Outra questão importante é se as empresas atendem aos critérios exigidos para que seu índice de sustentabilidade faça parte dos mercados de capitais.

4 CONCLUSÃO E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

Neste capítulo apresenta-se as considerações quanto à problemática, quanto aos objetivos e por fim quanto as sugestões para futuros trabalhos.

4.1 Quanto à Problemática

Observou-se que a responsabilidade social é imprescindível para uma empresa que pretende ser um diferencial no mercado, pois atualmente a sociedade em geral e os investidores passaram a valorizar as empresas que realizam ações de cunho social.

Mediante a base de informações apresentadas neste trabalho, observou-se que a tendência das organizações financeiras é cada vez mais desenvolver projetos sociais e ambientais, com o intuito de minimizar problemas sócio-econômicos e também problemas futuros maiores com o meio ambiente. Sabe-se que o objetivo principal de uma empresa é gerar lucros, porém ser uma empresa que apresente relatórios com qualidade e que responda aos critérios exigidos para que seu índice de sustentabilidade venha a fazer parte dos mercados de capitais internacionais, faz com que os investidores tenham uma maior convicção no momento da escolha de investir entre uma empresa e outra.

4.2 Quanto aos objetivos

Com relação ao objetivo geral desta pesquisa, observou-se que entre as duas instituições financeiras, existem interesses semelhantes no que se refere aos investimentos em ações sociais, pois contribuir para o meio social e ambiental também é uma forma de se fortalecer como uma empresa ética, consciente e comprometida com a sociedade.

Através da análise desenvolvida com relação ao Balanço Social do Banco Bradesco S.A. observou-se que os Indicadores Sociais Internos de 2004 para 2005 cresceram 1,12 %, no entanto, nos Indicadores Sociais Externos esse percentual foi quase duplicado de um ano para o outro, com um aumento de 95,02 % com gastos em educação, cultura, saúde e saneamento, esporte e combate à fome.

Ao verificar os Indicadores do Corpo Funcional do Banco Bradesco S.A. notou-se que o número de admissões em 2005 foram maiores que em 2004 em um total que

era de 5.976 passou para 7.290 contratações/ano. Cabe salientar que nessas admissões estão incluídos empregados do sexo feminino, negros e portadores de deficiência ou necessidades especiais, face os percentuais destes indicadores também terem progredido no Balanço Social.

No Banco Itaú S.A. os Indicadores Sociais Externos de 2004 para 2005 subiram em um percentual de 22,18 %, sendo que a maior parte deles foram em: alimentação, encargos sociais compulsórios, saúde, capacitação e desenvolvimento profissional e participação nos lucros ou resultados. Tratando-se dos Indicadores Sociais Externos, o Banco Itaú S.A. investiu sua maior parte em educação, cultura, combate a fome, entre outros, sendo que os gastos nestas áreas cresceram 31,63 % de um ano para o outro.

Ao analisar os Indicadores do Corpo Funcional do Banco Itaú S.A. ligeiramente observou-se que o número de admissões realizadas de 2004 para 2005 cresceram de 3.872 para 10.432, sendo que destas 10.432 contratações, 2,50 % são portadores de deficiência ou necessidades especiais, 37,05 % são mulheres e 15 % são negros.

É importante ressaltar que não se pode afirmar qual das duas instituições é a melhor, pois para isso seria necessário um estudo mais aprofundado com relação aos valores e projetos investidos em responsabilidade social.

Diante este estudo, foi demonstrada a transparência que essas organizações têm quando se trata de responsabilidade social e também na sua disposição em publicar seu Balanço Social para todos os interessados.

4.3 Quanto a sugestões para futuros trabalhos

O tema tratado neste trabalho é visto atualmente com grande ênfase nas relações com investidores, fornecedores e sociedade. Portanto, sugere-se um estudo mais aprofundado sobre o que realmente as organizações estão fazendo para contribuir com a sustentabilidade, e se o *marketing* social realizado condiz com as ações que as empresas vêm mantendo no meio social e ambiental, através de entrevistas semi-estruturadas aos gestores.

Além disso, também sugere-se realizar uma pesquisa apurando os trâmites da criação da lei que obriga a publicação do Balanço Social e da Demonstração do Valor Adicionado no Brasil.

Com relação ao estudo de caso efetuado neste trabalho, sugere-se pesquisar quais os futuros projetos de ações que estes bancos possuem em relação ao meio

ambiente e quais as medidas que serão tomadas para contribuir com a preservação dos recursos naturais, que atualmente estão sendo prejudicados pelas grandes indústrias.

Para finalizar, propõe-se fazer estes levantamentos nos períodos mais recentes.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

BALANÇO SOCIAL. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br>. Acesso em: 22 mar. 2007.

BANCO BRADESCO S.A. Disponível em: <http://www.bradesco.com.br>. Acesso em: 19 maio 2007.

BANCO ITAÚ S.A. Disponível em: <http://www.itaubank.com.br>. Acesso em: 26 maio 2007.

BEUREN, Ilse Maria (org). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2004.

BOVESPA. Disponível em: <http://www.bovespa.com.br>. Acesso em: 26 maio 2007.

BRASIL. **Lei nº. 6.404 de 15 de dezembro de 1976**. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br>. Acesso em: 01 maio 2007.

BRASIL. **Projeto de Lei nº. 3.741 de 08 de novembro de 2000**. Altera e revoga dispositivos da Lei nº. 6.404 de 15 de dezembro de 1976, definem e estendem às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e publicação de demonstrações contábeis e dispõe sobre os requisitos de qualificação de entidades de estudo e divulgação de princípios, normas e padrões de contabilidade e auditoria como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br>. Acesso em: 01 maio 2007.

DE LUCA, M. M. M. **Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

FINASA ESPORTES. Disponível em: <http://www.finasaesportes.com.br>. Acesso em: 22 maio 2007.

FUNDAÇÃO BRADESCO. Disponível em: <http://www.fb.org.br>. Acesso em: 20 maio 2007.

FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL. Disponível em: <http://www.fundacaoitausocial.org.br>. Acesso em: 02 jun. 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GRAYSON, David. HODGES, Adrian. **Compromisso social e gestão empresarial**. 1 ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS – IBASE. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>. Acesso em: 14 fev. 2007.

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: <http://www.ethos.org.br>. Acesso em: 14 fev. 2007.

ITAÚ CULTURAL. Disponível em: <http://www.itaucultural.org.br>. Acesso em: 02 jun. 2007.

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade social empresarial**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanco social**: uma proposta de normatização. Revista do Conselho Regional de Contabilidade, Rio Grande do Sul, n. 104, p. 56 e 64, maio. 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas; amostragens e técnicas de pesquisa; elaboração, análise e interpretação de dados. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

MATTJE, Ana Paula. **Análise da Responsabilidade Social**: estudo comparativo dos indicadores sociais internos em duas empresas do ramo frigorífico. Florianópolis: UFSC, 2005.

MELO NETO, Francisco P. ; FROES César. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro. 1. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MILANO, Miguel S; NUNES, Maria de Lourdes; KASTRUP, Carlos; ALDA, Clarice L; MILLET, Evandro; CARBOGIM, João B.P. **Responsabilidade social empresarial**: o meio ambiente faz parte do nosso negócio. Curitiba: FBPN, 2002.

SÁ, Antônio Lopes de. **Dicionário de Contabilidade**. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SANTOS, Ariovaldo dos. **Demonstração do valor adicionado**: Como elaborar e analisar a DVA. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Jaciane Ramos da. **Análise da Responsabilidade Social**: estudo comparativo dos indicadores do corpo funcional em empresas do ramo frigorífico. Florianópolis: UFSC, 2004.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco Social**: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

ANEXOS

Anexo A – Modelo de Balanço Social Proposto pelo IBASE

Social Anual / 2006

Item e de Cálculo	2006 Valor (Mil reais)			2005 Valor (Mil reais)		
	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Patrimônio líquido (RL)			0			0
Resultado operacional (RO)			0			0
Despesa com pagamento bruta (FPB)			0			0
Indicadores Sociais Internos	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Contribuição						
Contribuições sociais compulsórias						
Contribuição previdenciária privada						
Contribuição para saúde e segurança no trabalho						
Contribuição para educação						
Contribuição para capacitação e desenvolvimento profissional						
Contribuição para creche ou auxílio-creche						
Contribuição para distribuição nos lucros ou resultados						
Indicadores sociais internos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Contribuição						
Contribuição para saneamento						
Contribuição para assistência à fome e segurança alimentar						
Contribuições para a sociedade						
Contribuições (excluídos encargos sociais)						
Indicadores sociais externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Despesas relacionadas com a produção/ operação da empresa						
Despesas em programas e/ou projetos externos						
Indicadores de investimentos em meio ambiente						
Adoção do estabelecimento de "metas anuais" para minimizar impactos ambientais, o consumo em geral na produção/ operação e a utilização de recursos naturais, a fim de garantir a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa		<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> 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%	
Indicadores do Corpo Funcional		2006			2005	
Empregados(as) ao final do período		0			0	
Admissões durante o período		0			0	
Empregados(as) terceirizados(as)		0			0	
Estagiários(as)		0			0	
Empregados(as) acima de 45 anos		0			0	
Mulheres que trabalham na empresa		0			0	
Cargos de chefia ocupados por mulheres		0,00%			0,00%	
Negros(as) que trabalham na empresa		0			0	
Cargos de chefia ocupados por negros(as)		0,00%			0,00%	
Portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais		0			0	
Formações relevantes quanto ao exercício da cidadania cidadã		2006			Metas 2007	
Diferença entre a maior e a menor remuneração na empresa		0			0	
Número total de acidentes de trabalho		0			0	
Projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa em 2006, definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
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) + Cipa	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Respeito à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> seguirá as normas da OIT	<input checked="" type="checkbox"/> incentivará e seguirá a OIT
Contribuição previdenciária 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 checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)

participação dos 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 checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
a 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 serão considerados	<input checked="" type="checkbox"/> serão sugeridos	<input type="checkbox"/> serão exigidos
quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> apoiará	<input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivará
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 atendidas ou solucionadas:	na empresa _____%	no Procon _____%	na Justiça _____%	na empresa _____%	no Procon _____%	na Justiça _____%
valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2006:			Em 2005:		
distribuição do Valor Adicionado (DVA):	_____% governo	_____% colaboradores(as)		_____% governo	_____% colaboradores(as)	
- Outras Informações	_____% acionistas	_____% terceiros	_____% retido	_____% acionistas	_____% terceiros	_____% retido

Anexo B – Projeto de Lei 3.116/97

Câmara dos Deputados

PROJETO DE LEI Nº. 3.116 DE 1997

(Das Sras. Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling).

Cria o balanço social para as empresas que menciona e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. Ficam obrigadas a elaborar, anualmente, o Balanço Social:

I – as empresas privadas que tiveram cem empregados ou mais no ano anterior à sua elaboração;

II – as empresas públicas, sociedades de economia mista, empresas permissionárias e concessionárias de serviços públicos em todos os níveis da administração pública, independentemente do número de empregados.

Art. 2º. Balanço Social é o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Art. 3º. O Balanço Social deverá conter informações sobre:

I – A empresa: faturamento bruto; lucro operacional; folha de pagamento bruta, detalhando o total das remunerações e valor total pago a empresas prestadoras de serviço;

II – Os empregados: número de empregados existentes no início e no final do ano, discriminando a antigüidade na empresa; admissões e demissões durante o ano; escolaridade, sexo, cor e qualificação dos empregados; número de empregados por faixa etária; número de dependentes menores; número mensal de empregados temporários; valor total da participação dos empregados no lucro da empresa; total da remuneração paga a qualquer título às mulheres na empresa; percentagem de mulheres em cargos de chefia em relação ao total de cargos de chefia da empresa; número total de horas-extras trabalhadas; valor total das horas-extras pagas;

III – valor dos encargos sociais pagos, especificando cada item;

IV – Valor dos tributos pagos, especificando cada item;

V – Alimentação do trabalhador: gastos com restaurante, ticket-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VI - Educação: valor dos gastos com treinamento profissional; programas de estágios (excluídos salários); reembolso de educação; bolsas escolares; assinaturas de revistas; gastos com biblioteca (excluído pessoal); outros gastos com educação e treinamento dos empregados, destacando os gastos com os empregados adolescentes; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VII – Saúde dos empregados: valor dos gastos com planos de saúde; assistência médica; programas de medicina preventiva; programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VIII – Segurança no trabalho: valor dos gastos com segurança no trabalho, especificando os equipamentos de proteção individual e coletiva na empresa;

IX – Outros benefícios: seguros (valor da parcela paga pela empresa); valor dos empréstimos aos empregados (só o custo); gastos com atividades recreativas; transportes; creches e outros benefícios oferecidos aos empregados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

X – Previdência privada: planos especiais de aposentadoria; fundações providenciárias; complementações; benefícios aos aposentados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

XI – Investimentos na comunidade: valor dos investimentos na comunidade (não incluir gastos com empregados) nas áreas de cultura, esportes, habitação, saúde pública, saneamento, assistência social segurança, urbanização, defesa civil, educação, obras públicas, campanhas públicas e outros, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

XII – Investimentos em meio ambiente: reflorestamento; despoluição; gastos com introdução de métodos não-poluentes e outros gastos que visem à conservação ou melhoria do meio ambiente, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

Parágrafo Único: Os valores mencionados no Balanço Social deverão ser apresentados relacionando-se o percentual de cada item em relação à folha de pagamento e ao lucro operacional da empresa.

Art. 4º. As empresas mencionadas no artigo 1º. deverão dar publicidade ao seu balanço social, na forma do artigo 7º e 8º. desta lei, até o dia 30 de abril de cada ano.

Parágrafo Único: As empresas que são obrigadas a publicar balanço patrimonial e financeiro seguirão os prazos previstos na legislação específica, e farão publicar o Balanço Social juntamente com aquele.

Art. 5º O Poder Executivo poderá utilizar-se das informações do Balanço social das empresas com vistas à formulação de políticas e programas de natureza econômico-social, em nível nacional e regional.

Art. 6º É facultada às empresas não mencionadas nos incisos I e II do artigo 1º a apresentação do balanço social.

Art. 7º O Balanço Social será afixado na entrada principal dos estabelecimentos da empresa nos seis primeiros meses da sua divulgação.

Art. 8º É garantido o acesso e divulgação do Balanço Social aos empregados da empresa e às autoridades e órgão governamentais e do Legislativo, sindicatos, universidades e demais instituições públicas ou privadas ligadas ao estudo e à pesquisa das relações de trabalho ou da promoção da cidadania.

Art. 9º As obrigações contidas na presente lei não substituem quaisquer outras obrigações de prestação de informações aos órgãos públicos anteriormente estabelecidos pela legislação.

Art. 10 As empresas que não atenderem ou fraudarem, no todo ou em parte, ao disposto na presente lei, ficarão impedidas de participar de licitação e contratos da Administração Pública, de se beneficiar de incentivos fiscais e dos programas de crédito oficiais e serão sujeitas à multa pecuniária no valor a ser definido pelo Executivo, que será dobrada em caso de reincidência.

Parágrafo Único: O Poder Executivo deverá dar publicidade das empresas que não cumprirem o disposto no artigo 1º ao final de cada exercício.

Art. 11 O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de noventa dias a contar da sua publicação, dispondo sobre as medidas necessárias à sua plena eficácia, inclusive sobre os critérios de fiscalização e os órgãos competentes ao seu fiel cumprimento.

Art. 12 Esta lei entra em vigor no exercício financeiro subsequente ao de sua publicação.

Art. 13 Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Um dos consensos mundiais neste final de século, expressado inclusive na Cúpula do Desenvolvimento Humano de Copenhague/95, diz respeito ao compromisso das empresas de se empenharem na promoção do desenvolvimento social.

Nas últimas décadas, assiste-se a uma crescente preocupação das empresas, no Brasil e em todo o mundo, em realizar investimentos que contribuam para a qualidade de vida de seus trabalhadores e da comunidade onde a empresa se insere.

Em nosso país, medidas de diferentes naturezas (incentivos fiscais, por exemplo) já têm sido tomadas com o intuito de estimular tais práticas.

Amplia-se a consciência sobre a responsabilidade de preservação do meio ambiente e da viabilidade de aplicação de parte dos lucros auferidos, em programas ou projetos que beneficiam não só os trabalhadores e trabalhadoras da empresa, mas também outros setores sociais.

Ao mesmo tempo, novos contextos marcam o mundo do trabalho, tais como a diminuição do trabalho assalariado, aumento da participação feminina e processos de reconversão tecnológica. Novos mecanismos de negociação entre empregados e empregadores são estabelecidos e se consolida cada dia mais, a necessidade de maior visibilidade de indicadores desses contextos.

Acrescer a obrigatoriedade de elaboração do Balanço Social é responder a uma demanda de prestação de contas formal dos investimentos feitos na empresa.

Registre-se que desde 1977 é obrigatória, na França, a elaboração do Balanço Social das empresas, com grande detalhamento dos padrões de atendimento aos trabalhadores.

Trazendo o debate para o Brasil, este tema tem merecido a atenção de Herbert de Souza, o Betinho, que propôs que fossem incluídas no Balanço Social novas dimensões, incorporando os investimentos das empresas na comunidade externa à empresa (Folha de São Paulo, 26.03.97).

Apresentá-los numa só peça demonstrativa contribuirá para identificar o *perfil social das empresas*. Não gera novos encargos, nem novas cláusulas sociais, apenas expõe a realidade.

Elaborar o Balanço Social é um estímulo à reflexão sobre as ações das empresas no campo social. O Balanço Social estimulará o controle social sobre o uso dos incentivos fiscais ou outros mecanismos de compensação de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de políticas de recursos humanos e servirá como parâmetro de ações dos diferentes setores e instâncias da empresa, nos campos das políticas sociais.

Além disso, contribuirá, fundamentalmente, como encorajamento à crescente participação das empresas na busca de maior desenvolvimento humano e vivência da cidadania.

Sala das Sessões, 14 de maio de 1997.

Deputada **MARTA SUPLICY** (PT/SP)

Deputada **MARIA DA CONCEIÇÃO TAVARES** (PT/RJ)

Deputada **SANDRA STARLING** (PT/MG)

Anexo C – Projeto de Lei 32/99

PROJETO DE LEI Nº. 0032 DE 1999

(Do Sr. Paulo Rocha)

Cria o balanço social para as empresas que menciona e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. Ficam obrigadas a elaborar, anualmente, o Balanço Social:

I – as empresas privadas que tiveram cem empregados ou mais no ano anterior à sua elaboração;

II – as empresas públicas, sociedades de economia mista, empresas permissionárias e concessionárias de serviços públicos em todos os níveis da administração pública, independentemente do número de empregados.

Art. 2º. Balanço Social é o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Art. 3º. O Balanço Social deverá conter informações sobre:

I – A empresa: faturamento bruto; lucro operacional; folha de pagamento bruta, detalhado o total das remunerações e valor total pago a empresas prestadoras de serviço;

II – Os empregados: número de empregados existentes no início e no final do ano, discriminando a antigüidade na empresa; admissões e demissões durante o ano; escolaridade, sexo, cor e qualificação dos empregados; número de empregados por faixa etária; número de dependentes menores; número mensal de empregados temporários; valor total da participação dos empregados no lucro da empresa; total da remuneração paga a qualquer título às mulheres na empresa; percentagem de mulheres em cargos de chefia em relação ao total de cargos de chefia da empresa; número total de horas-extras trabalhadas; valor total das horas-extras pagas;

III – valor dos encargos sociais pagos, especificando cada item;

IV – Valor dos tributos pagos, especificando cada item;

V – Alimentação do trabalhador: gastos com restaurante, ticket-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VI - Educação: valor dos gastos com treinamento profissional; programas de estágios (excluídos salários); reembolso de educação; bolsas escolares; assinaturas de revistas; gastos com biblioteca (excluído pessoal); outros gastos com educação e treinamento dos empregados, destacando os gastos com os empregados adolescentes; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VII – Saúde dos empregados: valor dos gastos com planos de saúde; assistência médica; programas de medicina preventiva; programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VIII – Segurança no trabalho: valor dos gastos com segurança no trabalho, especificando os equipamentos de proteção individual e coletiva na empresa;

IX – Outros benefícios: seguros (valor da parcela paga pela empresa); valor dos empréstimos aos empregados (só o custo); gastos com atividades recreativas; transportes; creches e outros benefícios oferecidos aos empregados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

X – Previdência privada: planos especiais de aposentadoria; fundações providenciárias; complementações; benefícios aos aposentados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

XI – Investimentos na comunidade: valor dos investimentos na comunidade (não incluir gastos com empregados) nas áreas de cultura, esportes, habitação, saúde pública, saneamento, assistência social segurança, urbanização, defesa civil, educação, obras públicas, campanhas públicas e outros, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

XII – Investimentos em meio ambiente: reflorestamento; despoluição; gastos com introdução de métodos não-poluentes e outros gastos que visem à conservação ou melhoria do meio ambiente, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

§ único: Os valores mencionados no Balanço Social deverão ser apresentados relacionando-se o percentual de cada item em relação à folha de pagamento e ao lucro operacional da empresa.

Art. 4º. As empresas mencionadas no artigo 1º. deverão dar publicidade ao seu balanço social, na forma do artigo 7º e 8º. desta lei, até o dia 30 de abril de cada ano.

§ único: As empresas que são obrigadas a publicar balanço patrimonial e financeiro seguirão os prazos previstos na legislação específica, e farão publicar o Balanço Social juntamente com aquele.

Art. 5º O Poder Executivo poderá utilizar-se das informações do Balanço social das empresas com vistas à formulação de políticas e programas de natureza econômico-social, em nível nacional e regional.

Art. 6º É facultada às empresas não mencionadas nos incisos I e II do artigo 1º a apresentação do balanço social.

Art. 7º O Balanço Social será afixado na entrada principal dos estabelecimentos da empresa nos seis primeiros meses da sua divulgação.

Art. 8º É garantido o acesso e divulgação do Balanço Social aos empregados da empresa e às autoridades e órgão governamentais e do Legislativo, sindicatos, universidades e demais instituições públicas ou privadas ligadas ao estudo e à pesquisa das relações de trabalho ou da promoção da cidadania.

Art. 9º As obrigações contidas na presente lei não substituem quaisquer outras obrigações de prestação de informações aos órgãos públicos anteriormente estabelecidos pela legislação.

Art. 10 As empresas que não atenderem ou fraudarem, no todo ou em parte, ao disposto na presente lei, ficarão impedidas de participar de licitação e contratos da Administração Pública, de se beneficiar de incentivos fiscais e dos programas de crédito oficiais e serão sujeitas à multa pecuniária no valor a ser definido pelo Executivo, que será dobrada em caso de reincidência.

§ Único: O Poder Executivo deverá dar publicidade das empresas que não cumprirem o disposto no artigo 1º ao final de cada exercício.

Art. 11 O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de noventa dias a contar da sua publicação, dispondo sobre as medidas necessárias à sua plena eficácia, inclusive sobre os critérios de fiscalização e os órgãos competentes ao seu fiel cumprimento.

Art. 12 Esta lei entra em vigor no exercício financeiro subsequente ao de sua publicação.

Art. 13 Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Um dos consensos mundiais neste final de século, expressado inclusive na Cúpula do Desenvolvimento Humano de Copenhague/95, diz respeito ao compromisso das empresas de se empenharem na promoção do desenvolvimento social.

Nas últimas décadas, assiste-se a uma crescente preocupação das empresas, no Brasil e em todo o mundo, em realizar investimentos que contribuam para a qualidade de vida de seus trabalhadores e da comunidade onde a empresa se insere.

Em nosso país, medidas de diferentes naturezas (incentivos fiscais, por exemplo) já têm sido tomadas com o intuito de estimular tais práticas.

Amplia-se a consciência sobre a responsabilidade de preservação do meio ambiente e da viabilidade de aplicação de parte dos lucros auferidos, em programas ou projetos que beneficiam não só os trabalhadores e trabalhadoras da empresa, mas também outros setores sociais.

Ao mesmo tempo, novos contextos marcam o mundo do trabalho, tais como a diminuição do trabalho assalariado, aumento da participação feminina e processos de reconversão tecnológica. Novos mecanismos de negociação entre empregados e empregadores são estabelecidos e se consolida, dada dia mais, a necessidade de maior visibilidade de indicadores desses contextos.

Acrescer a obrigatoriedade de elaboração do Balanço Social é responder a uma demanda de prestação de contas formal dos indicadores desses contextos.

Registre-se que desde 1997 é obrigatória, na França, a elaboração do Balanço Social das empresas, com grande detalhamento dos padrões de atendimento aos trabalhadores.

Trazendo o debate para o Brasil, este tema mereceu a atenção de Herbert de Souza, o Betinho, que propôs que fossem incluídas no Balanço Social novas dimensões, incorporando os investimentos das empresas na comunidade externa à empresa (Folha de São Paulo, 26.03.97), tendo as deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, apresentado projeto de semelhante teor na última legislatura sob o nº. 3.116. Embora não tenham sido reeleitas para esta legislatura, a importância da questão continua a exigir regulamentação, razão pela qual estou rerepresentando o tema.

Apresentá-los numa só peça demonstrativa contribuirá para identificar o perfil social das empresas. Não gera novos encargos, nem novas cláusulas sociais, apenas expõe a realidade.

Elaborar o Balanço Social é um estímulo à reflexão sobre as ações das empresas no campo social. O Balanço Social estimulará o controle social sobre o uso dos incentivos fiscais ou outros mecanismos de compreensão de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de políticas de recursos humanos e servirá como parâmetro de ações dos diferentes setores e instâncias da empresa, nos campos das políticas sociais.

Além disso, contribuirá, fundamentalmente, como encorajamento à crescente participação das empresas na buscas de maior desenvolvimento humano e vivência da cidadania.

Sala das Sessões.

Deputado **PAULO ROCHA** PT/PA