

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA – UFSC
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

SCHEILA PIANEZZER NAPPI FERREIRA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: COMPARATIVO ENTRE O BANCO DO ESTADO
DE SANTA CATARINA E O BANCO DO BRASIL**

FLORIANÓPOLIS

2008

SCHEILA PIANEZZER NAPPI FERREIRA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: COMPARATIVO ENTRE O BANCO DO ESTADO
DE SANTA CATARINA E O BANCO DO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Federal de Santa Catarina, Centro Sócio Econômico, como requisito para obtenção do grau de Bacharel.

Orientador: Prof. Luiz Alberton, Dr.

FLORIANÓPOLIS

2008

SCHEILA PIANEZZER NAPPI FERREIRA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: COMPARATIVO ENTRE O BANCO DO ESTADO
DE SANTA CATARINA E O BANCO DO BRASIL**

Esta monografia como trabalho de conclusão de curso foi julgado e aprovado para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, do Curso de Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota média de _____, atribuída pela banca constituída pelos professores abaixo nominada.

Prof. Valdirene Gasparetto, Dra.
Coordenadora de Monografia do CCN

Professores que compuseram a banca:

Luiz Alberton, Dr. (orientador)

Bernadete Limongi, Dra.

Juliane Vieira de Souza, Esp.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus queridos pais, Francisco e Álida, e especialmente para meu esposo Mábelem por todo amor, carinho e compreensão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, porque sem ele nada seria possível.

A Francisco e Álida, meus pais, pelo amor e força que me proporcionaram e pela concretização deste sonho.

Ao meu esposo amado, Mábelem, pelo seu incentivo, amor e carinho, e por ser a razão do meu viver.

Ao Luiz Alberton, professor e orientador, por toda a paciência e dedicação no decorrer deste trabalho.

Ao Banco do Estado de Santa Catarina S/A e seus funcionários, pela oportunidade de desenvolver este trabalho e por toda colaboração.

Aos professores e funcionários da UFSC, que caminharam conosco nesses anos e pelos momentos e conhecimentos compartilhados.

Enfim, a todos aqueles que de alguma forma me incentivaram e contribuíram para realização desta pesquisa.

“Nossas dúvidas são traidoras e nos fazem perder o que, com frequência, poderíamos ganhar, por simples medo de arriscar”.

William Shakespeare

RESUMO

FERREIRA, Scheila Pianezzer Nappi. **Responsabilidade Social: Comparativo entre o Banco do Estado de Santa Catarina e o Banco do Brasil** 2008. 83 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis), Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, 2008.

Este trabalho tem como objetivo geral comparar as ações de Responsabilidade Social realizadas pelo Banco do Estado de Santa Catarina S.A comparativamente com outra Instituição Financeira. Assim, buscou-se identificar as teorias e normas sobre Responsabilidade Social, descrevendo as ações sociais desenvolvidas pelas Instituições Financeiras, realizando por fim uma análise comparativa entre as Instituições elencadas. Neste trabalho, foi escolhido o Banco do Brasil como comparativo, devido a sua posição de maior banco no mercado brasileiro, por ser público e pela situação que as duas instituições estão vivenciando frente à futura incorporação. Para fins de metodologia, trata-se de um estudo de caso, do tipo exploratório, com premissas qualitativa e quantitativa. A coleta de dados se deu através de pesquisa documental e bibliográfica. Verificou-se, neste trabalho, que o BESC, apesar de ser um banco com características um pouco diferentes de sua concorrente por ser regionalizado e por ter suas atividades restritas, apresentou resultados satisfatórios, com percentuais próximos e, em algumas situações, até maiores que os investidos pelo Banco do Brasil. Assim, o BESC mostrou-se satisfatório em suas ações de Responsabilidade Social, tendo em vista o porte e situação de seu concorrente.

Palavras-chave: responsabilidade social; banco; desenvolvimento sustentável; BESC; instituições financeiras; Banco do Brasil.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: A Visão da Organização a Partir da Responsabilidade Social	27
Figura 2: Rede de Atendimento.....	37
Figura 3: Avaliação da RSE do BESC de Acordo com os Indicadores Ethos.	50
Quadro 1: Características da Responsabilidade Social.	12
Quadro 2: Períodos Históricos da Responsabilidade Social.	16
Quadro 3: Etapas da Responsabilidade Social.	24
Quadro 4: Gestão da Responsabilidade Social no BESC.....	46
Quadro 5: Desenvolvimento de Projetos de RSE.	48
Quadro 6: Parcerias.....	49
Quadro 7: Eventos.....	56
Quadro 8: Programas da Fundação Banco do Brasil.	66
Quadro 9: Comparativo de Ações de Responsabilidade Social BESC e BB em 2006.....	72
Tabela 1: Comparativo de Balanços Sociais 2006.....	70

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	TEMA E PROBLEMA	10
1.2	OBJETIVOS	13
1.3	JUSTIFICATIVA	13
1.4	METODOLOGIA	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1	HISTÓRICO	15
2.2	GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL	17
2.2.1	Normas e Certificações	28
2.2.2	Balço Social	33
2.3	A RESPONSABILIDADE SOCIAL E AS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS	36
3	BESC E BANCO DO BRASIL	40
3.1	BESC	40
3.1.1	Histórico	41
3.1.2	Missão e Princípios	42
3.1.3	Políticas de Responsabilidade Social	43
3.1.4	Objetivo e Premissas Básicas	44
3.1.5	Comitê de Responsabilidade Social	46
3.1.6	Ações de Responsabilidade Social no Banco	49
3.1.6.1	Investimentos em Pessoas	51
3.1.6.2	Projetos Sociais	51
3.1.6.3	Desempenho Ambiental	56
3.2	BANCO DO BRASIL	58
3.2.1	Perfil	58
3.2.1.1	Funcionários /Colaboradores	59
3.2.1.2	Fornecedores e Parceiros	61
3.2.1.3	Clientes	62
3.2.1.4	Acionistas e Analistas de Mercado	63
3.2.1.5	Concorrentes	64

3.2.1.6 Comunidade e Governo	64
3.2.1.7 Meio-Ambiente	67
4 ANÁLISE COMPARATIVA	69
5 CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES	74
REFERÊNCIAS.....	77
ANEXOS	80

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo são apresentados inicialmente o tema e o problema da pesquisa. Em seguida, os objetivos englobando o geral e os específicos. Logo após, a justificativa do estudo e, por fim, a metodologia aplicada.

1.1 TEMA E PROBLEMA

Atualmente, o mercado está cada vez mais competitivo e com isso as empresas estão mais preocupadas não apenas com seus lucros e mercado, mas também com a sociedade em si. Os clientes estão muito mais exigentes e não é em qualquer entidade que depositam sua confiança. Confiança essa conquistada pela estabilidade da organização no mercado, sua imagem e qualidade. Hoje, outro fator muito importante, é a preocupação que a empresa apresenta perante o social.

Nesse ponto, começaram a fortalecer as relações empresa-sociedade, e passou-se a ouvir falar muito em Responsabilidade Social. Assim como muitos outros termos surgiram ao longo dos anos, a Responsabilidade Social apareceu como uma necessidade para as organizações se manterem no mercado. Portanto, a idéia é que os lucros que a empresa ganha através da exploração de sua atividade, retornaria, de certa maneira, em forma de benefícios para a sociedade. Aos poucos as entidades vão buscando a excelência nos seus negócios e percebem o quão importante são os investimentos na sociedade, pois a empresa ganha e a comunidade também, ou seja, todos ganham.

Segundo o Instituto Ethos (2007), o crescimento vertiginoso do chamado terceiro setor, com a proliferação das organizações não governamentais, configura uma verdadeira revolução cívica, que o mundo da Internet e das comunicações vem potencializar. Esse contexto apresenta como desafio para as empresas a conquista de níveis cada vez maiores de competitividade e produtividade, e introduz a preocupação crescente com a legitimidade social de sua atuação. Como resposta, as empresas passam a investir em qualidade, até chegar ao tratamento abrangente das relações compreendidas na atividade empresarial, com os empregados, os fornecedores, os consumidores e clientes, a comunidade, a sociedade e o meio ambiente.

O tema Responsabilidade Social é muito recente. Cada vez mais se tornou um indicador de desempenho das organizações. Os investimentos em empresas socialmente responsáveis está se tornando constante e as empresas estão preocupadas com esse aspecto. Ainda de acordo com o Instituto Ethos (2007), “normas e padrões certificáveis relacionados especificamente ao tema da responsabilidade social, como as normas SA8000 (Social Accountability 8000) e AA1000 (AccountAbility 1000), vêm ganhando crescente aceitação”.

Esse movimento de preocupação com a responsabilidade social iniciou-se em outros países antes dos anos 80 e ganhou força no Brasil na década de 90, através da ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão. Segundo Torres (2007), desde o início do século XX registram-se manifestações a favor deste tipo de comportamento. Contudo, foi somente a partir dos anos 60, nos Estados Unidos e no início da década de 70, na Europa que a sociedade iniciou uma cobrança por maior responsabilidade social das empresas e consolidou-se a própria necessidade de divulgação dos chamados balanços ou relatórios sociais.

No Brasil, só a partir do início dos anos 90 é que algumas empresas - muito poucas - passaram a levar a sério esta questão e divulgar sistematicamente em balanços e relatórios sociais as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários. O trabalho do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE na promoção do Balanço Social tem logrado progressiva repercussão.

As enormes carências e desigualdades sociais existentes em nosso país dão à responsabilidade social empresarial relevância ainda maior, mas não se deve confundir com filantropia, porque além de bem-estar social, existem outros fatores que interferem nas ações das empresas: melhor performance nos negócios e, conseqüentemente, maior lucratividade. A busca da responsabilidade social corporativa tem, a grosso modo, as características apresentadas no Quadro 1.

Características	Descrição
Plural	Empresas não devem satisfações apenas aos seus acionistas. Muito pelo contrário. O mercado deve agora prestar contas aos funcionários, à mídia, ao governo, ao setor não-governamental e ambiental e, por fim, às comunidades com que opera. Empresas só têm a ganhar na inclusão de novos parceiros sociais em seus processos decisórios
Distributiva	A responsabilidade social nos negócios é um conceito que se aplica a toda a cadeia produtiva. Não somente o produto final deve ser avaliado por fatores ambientais ou sociais, mas o conceito é de interesse comum e, portanto, deve ser difundido ao longo de todo e qualquer processo produtivo. Tal e qual consumidores, empresas também são responsáveis por seus fornecedores e devem fazer valer seus códigos de ética aos produtos e serviços usados ao longo de seus processos produtivos.

Sustentável	Responsabilidade social anda de mãos dadas com o conceito de desenvolvimento sustentável. Uma atitude responsável em relação ao ambiente e à sociedade, não só garante a não escassez de recursos, mas também amplia o conceito a uma escala mais ampla. O desenvolvimento sustentável não só se refere ao ambiente, mas por via do fortalecimento de parcerias duráveis, promove a imagem da empresa como um todo e por fim leva ao crescimento orientado. Uma postura sustentável é por natureza preventiva e possibilita a prevenção de riscos futuros, como impactos ambientais ou processos judiciais.
Transparente	A globalização traz consigo demandas por transparência. Não mais nos bastam mais os livros contábeis. Empresas são gradualmente obrigadas a divulgar sua performance social e ambiental, os impactos de suas atividades e as medidas tomadas para prevenção ou compensação de acidentes. Nesse sentido, empresas serão obrigadas a publicar relatórios anuais, onde sua performance é aferida nas mais diferentes modalidades possíveis. Muitas empresas já o fazem em caráter voluntário, mas muitos prevêm que relatórios sócio-ambientais serão compulsórios num futuro próximo.

Quadro 1: Características da Responsabilidade Social.

Fonte: Adaptado do Portal Responsabilidade Social.com (2007).

As instituições financeiras já começaram a atentar para o tema Responsabilidade Social. A grande maioria apresenta investimentos na área de responsabilidade sócio-ambiental e divulga esses relatórios e balanços sociais em mídia, seja impressa, televisiva ou eletrônica.

Para essas instituições, trabalhar com a responsabilidade social é de grande importância, pois além de trazer resultados positivos para a instituição e para a sociedade, ajuda a mudar a imagem negativa dos ‘banqueiros’ perante a sociedade. Antigamente, o banco não era tratado como uma empresa comum, não havia competição acirrada e era praticamente ele que comandava o mercado local, investindo e lucrando. Criou-se, desde então, a imagem negativa de que banco somente busca lucro e só se preocupa com o “dinheiro” em detrimento das pessoas e de toda a sociedade.

As instituições financeiras agora precisam também pensar em estratégia, planos, vendas, produtividade. Mas não basta somente isso. Existe muito mais do que processos, planejamento e controle. Existe uma cadeia de relacionamentos que precisa ser valorizada. Daí começa a surgir a preocupação em atender às necessidades da Responsabilidade Social. *Transparência, ética, qualidade de vida, sociedade* são palavras que precisam estar presentes nas Instituições Financeiras.

Diante desse contexto, elaborou-se a seguinte questão-problema: como está a atuação em Responsabilidade Social do Banco do Estado de Santa Catarina S.A – BESC em relação a outra Instituição Financeira?

1.2 OBJETIVOS

Este trabalho tem como objetivo geral comparar as ações de Responsabilidade Social realizadas pelo Banco do Estado de Santa Catarina S.A com as de outra Instituição Financeira.

Com base no objetivo geral, delinearão-se os seguintes objetivos específicos:

- Identificar teorias e normas sobre Responsabilidade Social;
- Descrever as Instituições Financeiras a serem comparadas;
- Identificar os tipos de ações sociais desenvolvidas pelas Instituições Financeiras;
- Elaborar uma comparação entre as Instituições elencadas.

Após definidos os objetivos gerais e específicos, é necessário apresentar a justificativa da pesquisa.

1.3 JUSTIFICATIVA

O tema escolhido por ser pouco abordado ainda em pesquisas e muito importante para o atual contexto social, bem como, devido à facilidade que a acadêmica apresenta em coletar dados junto a uma das organizações em questão – o Banco do Estado de Santa Catarina S/A, por trabalhar na instituição.

A atual situação do banco, que a partir de outubro de 2007 passou a sofrer o processo de incorporação ao Banco do Brasil, contribui para que se realizem estudos comparativos entre as duas instituições, não somente como concorrentes que são hoje, mas como parceiras no futuro. O processo de incorporação ainda não ocorreu, estando somente em fase de estudos de viabilidade e estrutura, porém uma análise comparativa sobre Responsabilidade Social entre essas duas instituições só ajudará ainda mais o processo, com vistas a colaborar para que ocorra um desenvolvimento integrado das organizações. Isto sem contar a importância deste trabalho em relação à área em questão, visto que procura aprofundar o tema Responsabilidade Social, servindo portanto de contribuição e/ou parâmetro para novas pesquisas.

1.4 METODOLOGIA

Este trabalho de pesquisa será do tipo exploratório, que segundo Gil (1991 *apud* SILVA, 2001, p. 21), “visa proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. [...] Assume, em geral, as formas de Pesquisas Bibliográficas e Estudos de Caso”.

Quanto ao problema da pesquisa, será predominantemente qualitativa. Ainda de acordo com Gil (1991 *apud* SILVA, 2001, p.20), o trabalho qualitativo “considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa”, já a pesquisa quantitativa “considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”.

No tocante aos procedimentos técnicos será um estudo de caso, que é quando envolve o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos de maneira que se permita o seu amplo e detalhado conhecimento (GIL,1991 *apud* SILVA, 2001, p. 21). A pesquisa será realizada no Banco do Estado de Santa Catarina S.A – BESC, no primeiro semestre de 2008.

Para a coleta de dados, serão utilizados os instrumentos: pesquisa documental e bibliográfica. Para Colauto e Beuren (2006, p. 134), a pesquisa documental trabalha com informações que não receberam tratamento analítico enquanto que a pesquisa bibliográfica utiliza contribuições já publicadas sobre o tema estudado. Serão analisados dados e informações relativas ao ano de 2006.

Para realizar este trabalho foram primeiramente descritos as ações implementadas pelas Instituições, após foram analisados o balanço social e confrontados seus índices. Por fim, foram comparadas as atuações das Instituições no âmbito dos indicadores de desempenho: pessoas, fornecedores, clientes, acionistas, concorrentes, comunidade e ambiente.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica consiste em discorrer sobre o tema pretendido de forma a aprofundar o assunto e poder analisar o caso, bem como concluir a presente pesquisa.

2.1 HISTÓRICO

A Responsabilidade Social é um tema recente, polêmico e dinâmico, envolvendo a geração de lucros pelos empresários e a implementação de ações sociais no plano de negócios das companhias.

A Responsabilidade Social tem vestígios por volta dos anos 60 no Brasil e sua proliferação se deu a partir dos EUA. De acordo com Reis e Medeiros (2007, p.6), o histórico da responsabilidade social remonta ao século XVI nos Estados Unidos da América. Nessa época, as dívidas de cada indivíduo, após sua morte, eram repassadas aos seus descendentes que eram obrigados a assumir seu ônus da dívida (KORTEN, 1996 *apud* REIS e MEDEIROS, 2007, p.6).

No século seguinte, as autoridades governamentais definiram que essas dívidas seriam dos investidores que, por sua vez, passaram a ter deveres específicos. Assim as constituições das empresas aconteciam sob autorização do poder público e incentivava-se a partir de então as empresas que promettessem benefícios sociais. Até o século XIX, a responsabilidade social era delineada pela iniciativa do poder público e não como interesse do poder privado. Por volta, ainda segundo o autor, do ano de 1861 aparecem “mudanças na legislação das empresas, possibilitando que realizassem também serviços de interesse privado, além daqueles de interesse público”.

Segundo Mattar (2001 *apud* BUFFARA, 2003, p. 39), as evoluções que ocorreram aos longos dos anos trouxeram inovações, mas poucos benefícios. A Revolução Industrial trouxe o aumento da produtividade com a divisão do trabalho e esperava-se que finalmente o homem se beneficiasse com a evolução. Entretanto, o que se viu foi uma forte concentração de renda e graves problemas sociais e ambientais.

Assim, a análise da responsabilidade social como ela é vista hoje foi conduzida, de acordo com Tenório (2006, p. 13), “sob a ótica dos paradigmas das sociedades industrial e

pós-industrial, indicando as possibilidades e os limites no que diz respeito à interpretação do tema”. O autor afirma que a abordagem surgiu no século XX com o filantropismo e em seguida com o esgotamento do modelo industrial e o desenvolvimento do pós-industrial, o conceito passou a incorporar o social no âmbito das organizações. Ele divide o contexto histórico da responsabilidade social em dois períodos, como mostra o Quadro 2.

Período	Contexto
1º período: início século XX até 1950	<p>Neste período, a sociedade experimentava a transição da economia agrícola para a industrial, com a crescente evolução tecnológica e a aplicação da ciência na organização do trabalho, mudando o processo produtivo. Predominava o liberalismo de Adam Smith, baseado no princípio da propriedade privada. A visão clássica da responsabilidade social incorporava esses princípios, influenciando a forma de atuação social das empresas e definindo as ações da época. Pensava-se na época que o Estado era responsável pelas ações sociais enquanto as empresas deveriam maximizar o lucro, geração de empregos e pagamento de impostos – essa era sua contribuição. Com a industrialização, as relações de trabalho foram afetadas e as empresas passaram a discutir as obrigações em relação aos seus empregados. Porém, o liberalismo não admitia ações sociais e até mesmo as recriminava, pois o mais importante era aumentar a produtividade e diminuir o desperdício. Assim, num primeiro momento a responsabilidade social se resumiu em filantropia, assumindo caráter pessoal e não empresarial. Com as pressões da sociedade, essa responsabilidade passou a ser das organizações e as questões trabalhistas e ambientais passaram a integrar o conceito de responsabilidade social.</p> <p>Portanto, nesse período, a responsabilidade social assume dimensão estritamente econômica e é entendida como a capacidade da empresa em gerar lucros, empregos, pagar impostos e cumprir as obrigações legais.</p>
2º período: de 1950 até os dias atuais	<p>Com a superação da crise de 29, a economia passou por um processo de crescimento e de acumulação de capital. O modelo industrial se consolidou e passou para o período pós-industrial. Assim, com o crescimento e estabilização da economia, as empresas puderam investir em tecnologia, acúmulo de capital e consolidação do modelo de produção em massa. Isso resultou em mudança de valores da sociedade. Assim, a sociedade pós-industrial busca: o aumento da qualidade de vida, a valorização do ser humano; respeito ao meio-ambiente; a organização empresarial de múltiplos objetivos; e a valorização das ações sociais tanto das empresas quanto dos indivíduos. Nessa nova concepção, há o entendimento de que as empresas estão inseridas num ambiente complexo, onde suas atividades influenciam ou têm impacto sobre os diversos agentes sociais, comunidade e sociedade. Assim, organização mais amadurecidas passam a orientar seus objetivos para a área social.</p> <p>Portanto, o segundo período, que se estende até os nossos dias, representa essa nova visão de responsabilidade social.</p>

Quadro 2: Períodos históricos da responsabilidade social.

Fonte: Adaptado de Tenório *et al.* (2006).

Dessa forma, verifica-se que primeiramente a responsabilidade social surge como filantropia que, segundo Nichols e Wood (1999 *apud* REIS e MEDEIROS, 2007, p. 7), consiste na “doação direta de dinheiro, bens e serviços para as organizações sem fins lucrativos de todos os tipos”. Esse conceito vem confirmar que a responsabilidade social surgiu primeiramente com esse perfil, sendo que o marco para o movimento social que se conhece hoje foi a conscientização dos indivíduos e grupos da sociedade frente à decadência

de grandes centros urbanos, poluição ambiental, consumismo, falta de qualidade de vida, entre outros.

Já no Brasil o movimento de responsabilidade social é muito recente, ganhando forte impulso na década de 90, através da ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão. Segundo Durão (2004, p. 12),

a partir de então, as empresas brasileiras têm buscado uma adequação à prática vigente, sendo grande o número de empresas que, atualmente, procuram oferecer empregos a deficientes físicos e outras atitudes responsáveis, já que estas empresas visam obter certificados de padrões de qualidade e de adequação ambiental, as chamadas certificações ISO e, mais recentemente, como forma de comprovar sua observância quanto à responsabilidade social, as certificações sociais, tipo SA (*Social AccountAbility*) 8000.

Não é segredo que o Brasil figura entre os maiores países do mundo em termos de desigualdade social. As ações filantrópicas, que se concentram em datas específicas como campanhas de agasalho ou arrecadação de brinquedos no natal, embora muito importantes, não são suficientes para substituírem as políticas públicas.

Em face dessa realidade, torna-se fundamental a participação de empresas no processo de doação, envolvendo-se com a entidade social, a fim de ajudar e implementar ferramentas de avaliação, necessárias para medir os impactos das ações nos públicos beneficiados. Só assim será possível percorrer o caminho dos recursos e avaliar os resultados alcançados (GRAJEW, 2002 *apud* BUFFARA, 2003, p.42).

A Pesquisa Ação Social das Empresas realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2006) aponta um crescimento significativo, entre 2000 e 2004, na proporção de empresas privadas brasileiras que realizaram ações sociais em benefício das comunidades. Com um aumento de 10 pontos percentuais, representando aproximadamente 600 mil empresas que atuam voluntariamente, elas aplicaram cerca de R\$ 4,7 bilhões, o que correspondia a 0,27% do PIB brasileiro do ano de 2004.

Nesse sentido, questões de caráter social e ético passaram a fazer parte do meio acadêmico e empresarial, sendo seus conceitos tratados a seguir.

2.2 GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

As empresas são importantes agentes de promoção do desenvolvimento econômico e do avanço tecnológico que está transformando rapidamente o planeta numa aldeia global.

Com a globalização, quebram-se as fronteiras de distância e tempo, e o bem-estar da população depende cada vez mais de uma ação cooperativa global.

É importante que exista essa consciência de que todos são responsáveis pelas mudanças e pelas tendências do mundo. Afinal, uma pessoa sozinha não consegue mudar o mundo, mas várias pessoas agindo e pensando da mesma forma realizam revoluções. É fundamental que todos interajam num processo de desenvolvimento sustentável que tenha como premissa a preservação do meio ambiente e do patrimônio cultural, a promoção dos direitos humanos e a construção de uma sociedade economicamente próspera e socialmente justa. Não basta, porém, ter a participação da sociedade civil, a participação do setor empresarial – por sua capacidade criadora, seus recursos e sua liderança – é crucial (INSTITUTO ETHOS, 2007).

Ao adicionar às suas competências básicas um comportamento ético e socialmente responsável, as empresas adquirem o respeito das pessoas e das comunidades que são atingidas por suas atividades e gratificadas com o reconhecimento e o engajamento de seus colaboradores e a preferência dos consumidores.

Primeiramente é necessário conceituar o termo responsabilidade social. O conceito de responsabilidade social é visto por diferentes áreas de conhecimento, cada uma com sua interpretação peculiar. Para o autor Reis e Medeiros (2007, p. 9), a responsabilidade social na Filosofia é vista “como a responsabilidade individual e de livre escolha pela realização ou não de um ato em função de antever as conseqüências sociais que poderão ocorrer; mas, uma vez realizado, esse ato deve ser assumido por quem o realizou”.

Existem várias definições para responsabilidade social. A cada período ou época da sociedade pensa-se no social de forma diferente. O conceito ao longo dos anos foi se aperfeiçoando e tornou-se uma definição cada vez mais complexa. Não existe um conceito pronto ou um que seja mais correto que o outro. Depende da visão de cada um e de cada área envolvida.

A noção de responsabilidade social empresarial decorre da compreensão de que a ação das empresas deve, necessariamente, procurar trazer benefícios para os parceiros e para o meio ambiente, além de retorno para os investidores.

Segundo Reis e Medeiros (2007, p. 14), o conceito é mais voltado para o atendimento de interesses privados e econômicos – relacionados à imagem pública da empresa – do que aos interesses sociais mais amplos e relacionados ao bem-estar da sociedade, atitude mais altruísta.

Já para Melo Neto e Froes (1999), a responsabilidade social consiste na decisão de uma empresa de participar de ações comunitárias na região em que atuam, bem como minimizar os efeitos ambientais decorrentes de sua atividade. Além disso, consiste também em investir na qualidade de vida dos funcionários e dependentes, apresentar atitudes transparentes e garantir sinergia entre fornecedores, acionistas e clientes, satisfazendo com excelência as suas necessidades.

De acordo com UNCTAD (2001 *apud* KARKOTLI, 2006, p. 53-57), as obrigações e questões decorrentes da responsabilidade social das empresas podem ser agrupadas da seguinte forma: obrigações para com o desenvolvimento; obrigações sócio-políticas; proteção do consumidor; normas de governança corporativa; e ética na administração. Essas abordagens serão resumidas a seguir.

- a) *Obrigações com o desenvolvimento*: nascem do impacto das empresas nas metas de desenvolvimento econômico dos países nos quais operam.
- b) *Obrigações sócio-políticas*: abrangem a obrigação de participar do processo político dos seus países, em respeitar a soberania e sua integridade cultural, além de cooperar com a política econômica e social.
- c) *Proteção do consumidor*: trata-se do direito do consumidor de ter acesso à informação adequada que lhe possibilite fazer uma escolha de acordo com seu interesse e necessidade individual.
- d) *Normas de governança corporativa*: têm como princípios a relação entre a direção da companhia, seu conselho de administração, seus acionistas e seus participantes.
- e) *Ética na administração*: está diretamente relacionada à indústria, mas também, de uma forma mais ampla, a práticas de boa governança que procuram assegurar comportamento ético nos negócios e na administração.
- f) *Respeito aos direitos humanos*: padrões inseridos em códigos e diretrizes criados por grupos da sociedade civil para requerer respeito por parte das empresas aos direitos humanos fundamentais nas suas relações. Envolvem consumidores, comunidades, sindicatos, autoridades reguladoras, organizações não governamentais.

A gestão de uma organização voltada para atividades inerentes à responsabilidade social representa uma excelência de gestão, pois demonstra que a empresa está preocupada com os princípios e desenvolvimento do ambiente em que está inserida. Uma empresa voltada

para a responsabilidade social pode ser caracterizada, segundo Karkotli (2006, p. 61), por múltiplos aspectos, entre os quais:

- Gerar valor para seus agentes internos (proprietários, investidores e colaboradores);
- Gerar valor para a sociedade (governo, consumidores e mercado como um todo);
- Prestar informações confiáveis;
- Promover comunicação eficaz e transparente;
- Recolher os tributos devidos;
- Racionalizar a utilização de recursos naturais e a preservação do meio ambiente;
- Incentivar os trabalhadores na solução de problemas da comunidade;
- Formar parcerias para promover o desenvolvimento da comunidade;
- Transacionar de forma ética com toda a cadeia de relacionamento.

Para confirmar e complementar esses aspectos, Santos (2003, p.14) cita pontos principais de políticas de responsabilidade social, envolvendo a empresa e toda a cadeia de relacionamentos: valores e ética, público interno, meio ambiente, fornecedores, consumidores, comunidade e governo. Eis as políticas abordadas pelo autor:

a) Valores e ética: Valores e princípios éticos formam a base da cultura de uma empresa, orientando sua conduta e fundamentando sua missão social. A adoção de uma postura clara e transparente no que diz respeito aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalece a legitimidade social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações. Com relação a este aspecto pode-se destacar as seguintes implicações:

- Compromissos Éticos: utilização do código de ética ou de compromisso social;
- Atuação dos Stakeholders – gera compromisso mútuo com as metas estabelecidas;
- Balanço Social - o registro das ações voltadas para a responsabilidade social permite avaliar seus resultados e direcionar os recursos para o futuro.

b) Público interno: Além de respeitar os direitos dos trabalhadores consolidados na legislação trabalhista, deve, também, investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento dessas relações. Tal política pressupõe os seguintes princípios:

- Participação nos Lucros e Resultados – o justo reconhecimento da contribuição dos funcionários para os resultados da empresa;
- Compromisso com o Futuro das Crianças – não deve utilizar-se, direta ou indiretamente, do trabalho infantil, conforme determina a legislação brasileira. Por outro lado é positiva a iniciativa de empregar aprendizes (14 a 16 anos);
- Valorização da Diversidade – não deve permitir qualquer tipo de discriminação em termos de recrutamento, acesso a treinamento, remuneração, avaliação ou promoção de seus empregados.
- Comportamento Frente a Demissões – as demissões de pessoal não devem ser utilizadas como primeiro recurso de redução de custos.
- Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade – cabe à empresa comprometer-se com o investimento na capacitação e desenvolvimento profissional de seus empregados;
- Preparação para Aposentadoria – a empresa socialmente responsável tem forte compromisso com o futuro de seus funcionários.

c) *Meio ambiente:* A empresa causa impactos de diferentes tipos e intensidades, devendo procurar minimizar os impactos negativos e ampliar os positivos. Dentre os parâmetros a serem seguidos com relação a este aspecto, destacam-se:

- Conhecimento sobre o Impacto no Meio Ambiente – relacionamento ético e dinâmico com os órgãos de fiscalização, com vistas à melhoria do sistema de proteção ambiental;
- Minimização de Entradas e Saídas do Processo Produtivo – utilização racional de energia, água e insumos necessários à produção e prestação de serviços.
- Responsabilidade Sobre o Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços – as mercadorias, suas embalagens e os materiais não utilizados não podem ser convertidos em potenciais agentes poluidores do ar, da água e do solo.
- Educação Ambiental – apoiar e desenvolver campanhas, projetos e programas educativos voltados a seus empregados, à comunidade e a públicos mais amplos.

d) *Fornecedores*: Cabe à empresa transmitir os valores de seu código de conduta a todos os participantes de sua cadeia de fornecedores. Com relação a este aspecto, duas são as mais importantes implicações:

- Critério de Seleção de Fornecedores – deve utilizar critérios voltados à responsabilidade social na escolha de seus fornecedores, exigindo, por exemplo, certos padrões de conduta nas relações com os trabalhadores ou com o meio ambiente.
- Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores – a empresa pode auxiliar no desenvolvimento de pequenas empresas ou cooperativas, priorizando-as na escolha de seus fornecedores e ajudando-as a desenvolverem seus processos produtivos e de gestão.

e) *Consumidores*: exige da empresa um investimento permanente no desenvolvimento de produtos e serviços confiáveis, que minimizem os riscos de danos à saúde dos usuários e das pessoas em geral. Suas campanhas publicitárias devem ter uma dimensão educativa, evitando a criação de expectativas que extrapolem o que é efetivamente oferecido pelo produto ou serviço, não devendo, de forma alguma, constranger nem causar desconforto a quem recebê-las, e também informando os riscos potenciais dos produtos ou serviços oferecidos.

f) *Comunidade*: A comunidade em que a empresa está inserida fornece-lhe infra-estrutura e capital social, contribuindo, decisivamente, para a viabilização de seus negócios. Tem que haver respeito aos costumes e cultura locais e o empenho na educação e na disseminação dos valores sociais. Segundo esta idéia, citam-se algumas políticas:

- Mecanismos de Apoio a Projetos Sociais – a destinação de verbas e recursos a projetos sociais. É importante dar continuidade às ações, que podem ser reforçadas pela criação de um instituto, fundação ou fundo social.
- Estratégias de Atuação na Área Social – adotar estratégias que valorizem a qualidade dos projetos sociais beneficiados, a multiplicação de experiências bem sucedidas e a criação de redes de atendimento.
- Reconhecimento e Apoio ao Trabalho Voluntário dos Empregados – incentivar o voluntariado, liberando seus funcionários em parte do horário de

expediente para ajudarem organizações da comunidade ou incentivando aqueles que participam de projetos de caráter social.

g) *Governo e sociedade*: Manter uma relação ética e responsável com os poderes públicos, visando à constante melhoria das condições sociais e políticas do país. Para tanto, deve-se observar os seguintes aspectos:

- Práticas Anticorrupção e Propina – assumir o compromisso formal de combate a essas práticas, recusando o recebimento e oferta, aos parceiros comerciais ou a representantes do governo, de qualquer quantia em dinheiro ou coisa de valor, além do determinado por contrato.
- Contribuição a Campanhas Políticas – a transparência nos critérios e nas doações a candidatos ou partidos políticos é um importante fator de preservação do caráter ético da empresa.
- Liderança Social – buscar participar de associações, sindicatos e fóruns empresariais, impulsionando a elaboração conjunta de propostas de interesse público e caráter social.

Portanto, as responsabilidades que a prática social inclui podem abranger tanto responsabilidades econômicas como legais, éticas, políticas e filantrópicas. Para Ferrel (2001 *apud* REIS e MEDEIROS, 2007, p. 15), a responsabilidade social é uma obrigação que a organização assume perante a sociedade para minimizar os impactos negativos e melhorar os positivos, existindo quatro etapas em que a sociedade pode se basear para definir as ações empregadas nas empresas. Para o autor, para ser socialmente responsável a empresa precisa passar por essas etapas, iniciando pela vertente legal, depois galgando outras responsabilidades como ética, econômica e filantrópica, respectivamente. Borger (2007) complementa no Quadro 3 destacando o que cada etapa representa.

Etapas	Características
Filantrópica (restituir à sociedade o que dela foi recebido)	A filantropia empresarial consiste nas ações discricionárias tomadas pela gerência em resposta às expectativas sociais e representa os papéis voluntários que os negócios assumem quando a sociedade não provê uma expectativa clara e precisa como nos outros componentes. Essas atividades, guiadas pelo desejo dos negócios em se engajar em papéis sociais não legalmente obrigatórios e que não são expectativas no senso ético, estão se tornando cada vez mais estratégicas. Exemplos: contribuições filantrópicas, condução de programas internos para usuários de drogas, treinamentos de desempregados, etc.;
Econômica (maximizar para o stakeholder a riqueza e/ou	Os negócios têm uma responsabilidade de natureza econômica, pois a instituição dos negócios é a unidade econômica básica da nossa sociedade, e como tal tem a

o valor)	responsabilidade de produzir bens e serviços que a sociedade deseja e vendê-los com lucro;
Ética (seguir padrões de conduta aceitável, da maneira definida pelos stakeholders)	Representa o comportamento e as normas éticas que a sociedade espera dos negócios, que têm adquirido cada vez maior importância, principalmente porque os níveis de tolerância da sociedade em relação a comportamentos antiéticos estão cada vez menores;
Legal (cumprir todas as leis e regulamentos do governo)	A sociedade espera que os negócios obedeçam às leis. O ordenamento jurídico legal representa as regras do jogo pelas quais os negócios devem funcionar. Espera-se que os negócios ofereçam produtos que tenham padrões de segurança e obedeçam a regulamentações ambientais estabelecidas pelo governo.

Quadro 3: Etapas da Responsabilidade Social.

Fonte: Adaptado de Borger (2007).

Praticar responsabilidade social significa que a empresa passa a tomar uma posição ética e a ter uma visão ampliada do negócio, não considerando somente seus objetivos econômicos e comerciais, mas se preocupando com o impacto ambiental de seus produtos e serviços e assumindo seu papel na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, tornando esse processo uma filosofia de gestão.

Assim, as empresas voltadas para uma gestão socialmente responsável procuram investir numa relação ética, transparente e de qualidade com todos os seus públicos de relacionamento. De acordo com Ursini e Bruno (2005, p.31), essas iniciativas, apesar de apresentarem resultados positivos, representam, na maioria das vezes, ações pontuais e desconectadas, e as empresas acabam por associar responsabilidade social à ação comunitária, seja pela via do investimento social privado, seja pela via do estímulo ao voluntariado.

Macedo (2005, p. 29) afirma que “a sustentabilidade ambiental é um dos aspectos essenciais para a atuação socialmente responsável das empresas, mas não é a única dimensão a ser tratada”. Mais que sustentabilidade ambiental, predomina a sustentabilidade empresarial que engloba a parte econômica, ambiental e social.

Nesse sentido, surge o termo Sustentabilidade Empresarial que, segundo o Instituto Ethos (2007), consiste em "assegurar o sucesso do negócio a longo prazo e ao mesmo tempo contribuir para o desenvolvimento econômico e social da comunidade, um meio ambiente saudável e uma sociedade estável". Assim, entende-se que a empresa para ser completa precisa, além de gerar resultados e evoluir, focalizar também o desenvolvimento da sociedade e a preservação do planeta.

Segundo Ursini e Bruno (2005, p.32),

essa nova visão pressupõe um processo de profunda mudança na cultura organizacional e, conseqüentemente, nos processos, produtos e, em última análise, nos modelos de negócio. Em muitos casos, a alta direção está comprometida com a sustentabilidade empresarial, mas não encontra mecanismos para fazer com que seu público interno assimile este conceito e mude sua postura. Por outras vezes, a lógica

de mercado, que pressiona pela minimização de custos e maximização de resultados no curto prazo, impede uma reflexão maior sobre a função social de cada negócio.

Mais do que o compromisso com os seus objetivos e metas empresariais, cada empreendimento empresarial, independente do seu setor de atuação (indústria, comércio ou serviços) tem uma responsabilidade com o desenvolvimento econômico e social do país.

A construção de uma nação deve estar amparada em políticas sólidas que integrem a representatividade governamental e os setores empresariais numa busca constante pelas condições estratégicas favoráveis para garantir o crescimento sustentado e alimentar a sua competitividade (MACEDO, 2005, p.45).

Para a sustentabilidade empresarial é preciso um processo de profunda mudança na cultura organizacional, nos processos, produtos e até nos modelos gestão.

De acordo com Ursini e Bruno (2005), existem algumas iniciativas que podem ajudar a corporação a caminhar rumo a esta mudança, como provocar momentos de formação sobre o tema da responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável, convidando seus públicos de interesse a refletirem sobre sua atuação em relação a essas questões.

Para Karkotli (2006, p. 42), para assumir uma postura de responsabilidade social, a empresa precisa passar necessariamente por uma fase de mudanças culturais e gerenciais, possibilitando assim novas formas de atuação, comportamentos e comunicação, além de novas técnicas e práticas de planejamento, controle e avaliação organizacional e social.

Além disso, Fontes (2001 *apud* KARKOTLI, 2006, p.44) complementa dizendo que as ações sociais não devem ser vistas como um gasto, mas sim como um investimento.

É comum observar estudos que tentam demonstrar formas mais eficientes de utilização dos gastos ou custos sociais. Em tais estudos os gastos são vistos como despesas que devem ser repassadas à sociedade em razão de emergências específicas ou da necessidade de pagamento de dívidas sociais. Investimento, no entanto, não combina com gastos emergenciais, por essa razão cria-se a imagem que essas atividades não produzem riquezas econômicas, mas somente dispêndios financeiros (FONTES, 2007).

No caso da área social, há várias maneiras de demonstrar os benefícios tangíveis de um investimento, principalmente quando este é feito de forma planejada. Um exemplo do retorno do investimento social para a economia é o aumento da produtividade em relação aos anos de escolaridade. Assim a estruturação da empresa exige esforços de toda a corporação, porém, torna-se cada vez mais evidente que esses esforços resultam em recompensas para a organização.

Para Fontes (2007), será, talvez, necessário modificar ainda as atuais análises informais e espontâneas sobre esses investimentos para colocar a área social em seu verdadeiro patamar de prioridade nacional:

O estudo de custo x benefício de investimentos sociais demonstra a importância de modificar o atual paradigma de custo e gasto social para um novo paradigma de investimentos. Diversas ações sociais geram enormes riquezas econômicas, principalmente aquelas que não visam ao resgate de dívidas sociais, como no caso de projetos com crianças em suas próprias comunidades. A existência e demonstração desses retornos têm um efeito direto para o desenvolvimento de novas políticas públicas.

Assim, entre os dirigentes organizacionais, cresce a percepção de que a incorporação dos conceitos de responsabilidade social nas relações com os diversos públicos de interesse pode implicar melhorias no desempenho empresarial.

São várias as vantagens das práticas de responsabilidade social (URSINA e BRUNO, 2005):

- *Público interno*: pode-se observar um maior nível motivacional, menores índices de *turnover* e atração de novos talentos;
- *Cadeia de fornecimento*: há possibilidade de geração de parcerias duradouras, de longo prazo, criando uma visão compartilhada do negócio;
- *Eco-eficiência*: tem potencial de redução, reutilização e reciclagem de materiais, e suscita ambientes participativos e mais criativos, com o uso de alternativas inteligentes de consumo;
- *Marketing*: pode agregar valor à marca, que vai além do produto tangível, associando a ela valores positivos, gerando relacionamentos mais duradouros com consumidores e impactando em imagem e vendas;
- *Sociedade*: geração de empregos, melhoria na distribuição de renda, erradicação do trabalho infantil, educação, dentre outras.

Na Figura 1, verifica-se uma visão geral da organização com relação à responsabilidade social.

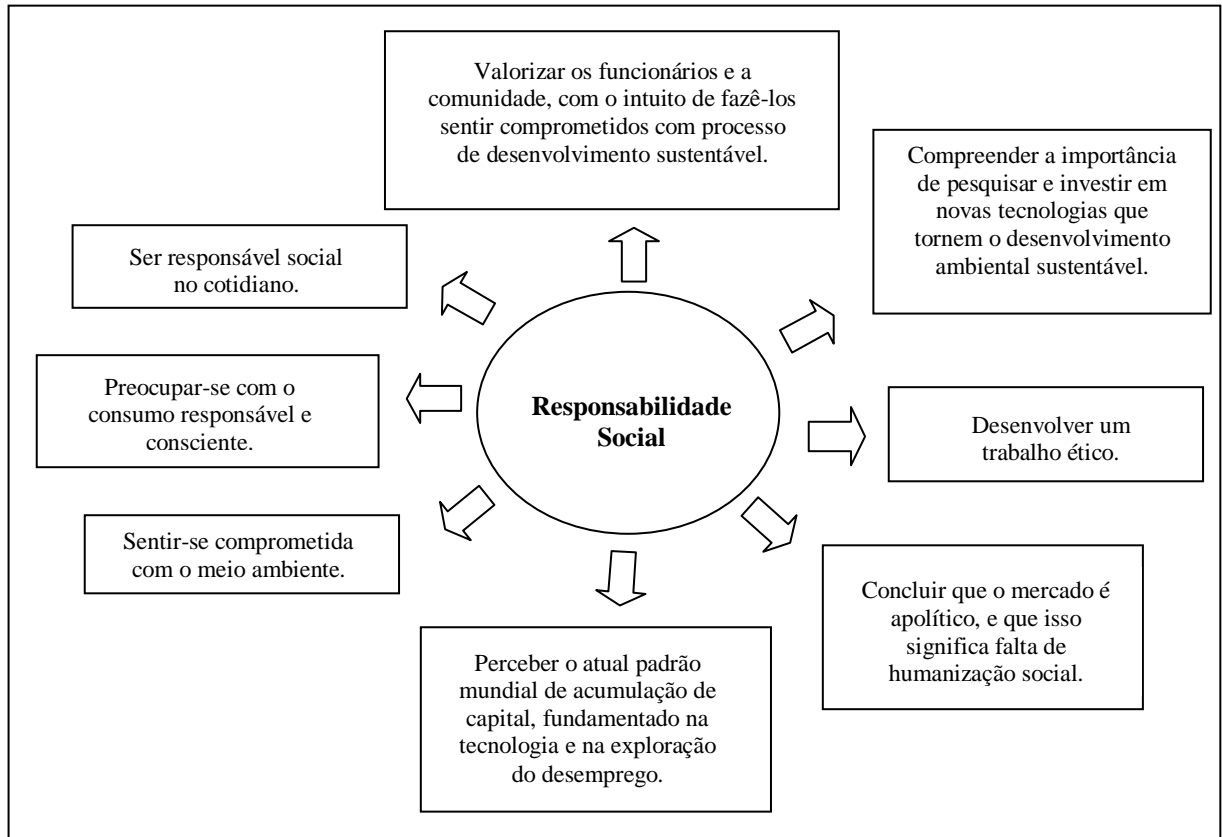


Figura 1: A visão da Organização a partir da responsabilidade social

Fonte: Adaptado de Kwasnicka (1995 *apud* KARKOTLI, 2006, p.47)

Os benefícios das práticas de responsabilidade social para as organizações são muitos. Segundo Melo Neto e Froes (1999), a responsabilidade social assumida de forma consciente e inteligente pode contribuir para o desempenho empresarial. Quando uma empresa age socialmente, cria um clima de simpatia, melhorando a sua imagem e fidelizando clientes. Melhorando seu conceito perante a sociedade ou consumidores, a sua marca fica mais conhecida, aumentando seus retornos financeiros. Os fornecedores apresentam confiança e predisposição em ter parcerias e a empresa ganha maior credibilidade junto ao Governo e sociedade. Sem contar que seus funcionários sentem-se mais dispostos e motivados em trabalhar na organização.

Por sua vez, quando a empresa deixa de cumprir suas obrigações sociais com sua cadeia de relacionamentos (clientes, funcionários, acionistas, fornecedores, governo, sociedade), ela começa a perder sua credibilidade. Há desmotivação por parte dos funcionários e conseqüente perda do capital intelectual, além de sofrer acusações de injustiça

social, perda de clientes e parceiros, bem como aumento nas reclamações e conseqüente redução nas vendas.

Assim, as empresas somente têm a ganhar com implementação da gestão de responsabilidade social. A partir do momento que as empresas procuram aplicar a gestão da responsabilidade social, a sociedade, governo, fornecedores, enfim, toda a cadeia de relacionamentos necessita de parâmetros para avaliar as ações e a gestão das organizações. Nesse sentido, foram criados os indicadores da gestão de responsabilidade social, que nada mais são do que sistemas de avaliação para identificar o nível de envolvimento com as questões sociais.

De acordo com Tenório *et al.* (2006, p. 7), “os indicadores possibilitam a comunicação transparente da organização com seus diversos agentes. Dessa forma, as corporações reforçam seu compromisso com a ética nos negócios e a melhoria da qualidade de vida da sociedade”.

Os indicadores mais utilizados pelas empresas são: as certificações e o balanço social, que serão relatados nos itens a seguir.

2.2.1 Normas e Certificações

O movimento da responsabilidade social tem muitas facetas, uma delas é a criação e adoção de normas voluntárias de responsabilidade social. Existem várias iniciativas neste sentido. Muitas empresas, unilateralmente, definiram códigos de conduta ou códigos de ética, que estabelecem princípios de conduta no relacionamento com trabalhadores, comunidades locais, instituições públicas, consumidores, meio ambiente e assim por diante. Em outros casos, foram adotados códigos elaborados por organismos empresariais setoriais ou por organizações não-governamentais ou associações privadas (DIEESE, 2006, p.2).

Segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT (2007), a certificação

é um conjunto de atividades desenvolvidas por um organismo independente da relação comercial com o objetivo de atestar publicamente, por escrito, que determinado produto, processo ou serviço está em conformidade com os requisitos especificados. Estes requisitos podem ser: nacionais, estrangeiros ou internacionais,

Enfim, normas e certificações são padrões, isto é, conjuntos amplamente aceitos de procedimentos, práticas e/ou especificações. Segundo Grüninger e Oliveira (2002, p. 2), as certificações diferem das normas pela conferência de atestados de conformidade a um conjunto de regras, após sua verificação e auditoria pelo órgão certificador.

Para Melo Neto e Froes (1999, p. 25), “a certificação é atribuída a todas as empresas e seus fornecedores que respeitam a legislação trabalhista em vigor e garantem aos seus empregados todos os direitos previstos na legislação”.

Nesse sentido, as certificações e normas oferecem às organizações diretrizes que não só as auxiliam na melhoria de seus processos, mas também asseguram que seu serviço ou produto preenche os requisitos necessários para sua boa qualificação.

Na área da responsabilidade social, as normas e certificações vêm atender a uma procura crescente por transparência e prestação de contas, fundamentais para qualquer processo de gestão socialmente responsável. Grüninger e Oliveira (2002, p. 2), citam algumas vantagens trazidas pela padronização:

- Consistência de procedimentos;
- Desenvolvimento de sistemas de gerenciamento para garantir cumprimento e auditoria;
- Claras definições para divulgação pública de informações auditadas;
- Mecanismos de melhoria contínua;
- Incentivo ao mercado para o ‘jogo limpo’.

A importância de normas e padrões está na concordância de termos e procedimentos, o que permite certa comparabilidade da empresa com o restante do mercado. Para Melo Neto e Froes (1999, p. 174), o objetivo é “testar a responsabilidade social da empresa, comprovar o exercício pleno da sua responsabilidade social interna e externa, conferindo-lhe a condição de empresa-cidadã, e demonstrar que seus produtos são socialmente corretos”.

De acordo com o UniEthos (2007), existem uma variedade de padrões que cobrem aspectos do tema. Abaixo se apresentam resumidamente as abordagens e algumas normas e certificações disponíveis que envolvem responsabilidade social e desenvolvimento sustentável:

a) *AA1000 (AccountAbility 1000)* – é uma norma que define as melhores práticas para prestação de contas para assegurar a qualidade da contabilidade, auditoria e relato social ético. Desenhada para auxiliar empresas, acionistas, auditores, consultores e organizações certificadoras, ela pode ser usada isoladamente ou em conjunto com outros padrões de prestação de contas, como a Global Report Initiative (GRI), e normas padrões como as ISO e a SA 8000. Segundo BSD Brasil (2003), “os padrões de processo da AA1000 associam a definição e a integração dos valores da organização com o desenvolvimento das metas de desempenho e a avaliação e comunicação do desempenho organizacional”. Uma das mais importantes contribuições desta norma são os processos e definições que dão suporte à prática da responsabilidade social empresarial. Através deste processo, focado no engajamento da organização com partes interessadas, a AA1000 vincula questões sociais e éticas à gestão estratégica e operações da organização. Enfatiza-se a inovação na forma de adotar as regras, permitindo que cada empresa defina seu próprio caminho. Isso confere às companhias maior responsabilidade (*ACCOUNTABILITY apud UNIETHOS, 2007*). De acordo com o BSD Brasil (2003), fazem parte da norma onze princípios, agrupados a seguir por área de referência:

1. Escopo e natureza do processo da organização
2. Significância da informação
3. Qualidade da informação
4. Gerenciamento do processo em base contínua

b) *SA8000 (Social Accountability 8000)* – é a primeira norma voltada à melhoria das condições de trabalho, abrangendo os principais direitos trabalhistas e certificando o cumprimento destes através de auditores independentes. Foi desenvolvido pela SAI – Social Accountability International, organização não-governamental criada em 1997 nos EUA, e que tem ação voltada à preocupação dos consumidores quanto às condições de trabalho no mundo. A norma segue o padrão da ISO 9000 e da ISO 14000, o que facilita a implantação por empresas que já conhecem este sistema (*SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL – SAI, apud UNIETHOS, 2007*). Segundo a Wikipedia (2007), a norma é basicamente composta por nove requisitos:

1. Trabalho infantil: não é permitido;
2. Trabalho forçado: não é permitido;
3. Saúde e segurança: devem ser asseguradas;
4. Liberdade de Associação e negociação coletiva: devem ser garantidas;

5. Discriminação: não é permitida;
6. Práticas Disciplinares: não são permitidas;
7. Horário de Trabalho: não deve ultrapassar 48 horas por semana, além de 12 horas extra por semana;
8. Remuneração: deve ser suficiente;
9. Sistemas de gestão: deve garantir o efetivo cumprimento de todos os requisitos.

c) *OHSAS 18001* – é uma norma para sistemas de gestão da Segurança e da Saúde no Trabalho (SST). A certificação por essa norma garante o compromisso da empresa com a redução dos riscos ambientais e com a melhora contínua de seu desempenho em saúde ocupacional e segurança de seus colaboradores. O documento contém cinco seções principais, denominadas: políticas de saúde e segurança no trabalho; planejamento; implementação e operação; e ações corretivas e de controle; análise da Gestão. A OHSAS 18001 - cuja sigla significa Occupational Health and Safety Assessment Series - entrou em vigor em 1999, após estudos de um grupo de organismos certificadores e de entidades de normalização da Irlanda, Austrália, África do Sul, Espanha e Malásia. A criação dessa norma levou em conta algumas normas nacionais já existentes, como a BS8800, na Inglaterra (OSHA HEALTH AND SAFETY *apud* UNIETHOS, 2007).

d) *BS8800 (British Standard 8800)* – norma criada pela British Standards sobre sistema de gestão da saúde e segurança no trabalho (OSHA HEALTH AND SAFETY *apud* UNIETHOS, 2007)

e) *FSC (Forest Stewardship Council)* – o FSC é uma organização não-governamental que contempla as necessidades de certificadores, comerciantes de madeira, de organismos de defesa do meio ambiente, de tribos indígenas e de certificadores. Para manter o diálogo sobre o uso sustentável das florestas, a iniciativa estabeleceu princípios, critérios e padrões que envolvem preocupações econômicas, sociais e ambientais. Os padrões do FSC, hoje amplamente disseminados, representam o mais forte sistema mundial para o manejo de florestas em direção à sustentabilidade. São dez princípios e 57 critérios que remetem a questões legais, direitos indígenas, direitos trabalhistas, benefícios múltiplos e impactos ambientais levando-se em conta o gerenciamento florestal (FOREST STEWARDSHIP COUNCIL – FSC *apud* UNIETHOS, 2007)

f) *ISO14000* – conjunto de normas da International Organisation for Standardization (ISO), que exige das empresas a criação de um Sistema de Gestão Ambiental que constantemente avalia e reduz o impacto provocado ao meio ambiente pelas atividades da empresa. Lançada em 1993, sua preocupação primordial é o gerenciamento ambiental, ou seja, o que a empresa faz para minimizar os efeitos nocivos ao meio-ambiente causados por suas atividades e para continuar melhorando sua performance ambiental. É uma família de padrões para criar um sistema de gerenciamento ambiental, conhecido como Environmental Management System (EMS) (ISO *apud* UNIETHOS, 2007)

g) *ISO26000* – A ISO 26000 será uma norma internacional de responsabilidade social e sua publicação está prevista para dezembro de 2008. A norma será um guia de diretrizes em responsabilidade social e seu uso será voluntário (UNIETHOS, 2007)

h) *ISO9000* – A série ISO 9000 é um conjunto de normas que formam um modelo de gestão da qualidade para organizações. De acordo com Wikipedia (2007), foi elaborada através de um consenso internacional sobre as práticas a fim de atender plenamente os requisitos de qualidade. A própria organização é quem estabelece as metas a serem atingidas. No Brasil, o órgão ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) representa a ISO. Dentre os requisitos necessários, ainda a Wikipedia cita:

1. Padronização de todos os processos chaves do negócio;
2. Monitoramento e medição dos processos de fabricação através de indicadores de performance e desvios;
3. Implementar e manter os registros adequados e necessários para garantir a rastreabilidade do processo;
4. Inspeção de qualidade e meios apropriados de ações corretivas quando necessário; e
5. Revisão sistemática dos processos e do sistema da qualidade para garantir sua eficácia.

Segundo Tenório *et al.* (2006, p.43), o Instituto Ethos desenvolveu metodologia própria de avaliação das ações praticadas pelas corporações, que consiste na aplicação de questionário que é o modelo único aplicável a todas as empresas e composto por um conjunto de indicadores qualitativos e quantitativos que abordam as dimensões da responsabilidade social.

No Brasil, a Petrobrás foi pioneira ao obter a certificação BS8000, seguida da Avon Cosméticos com a SA8000 (SCHARF, 1998 *apud* MELO NETO e FROES, 1999). Tais normas são como verdadeiros diplomas de responsabilidade social, e o autor crê que a médio e longo prazo, serão concedidos incentivos financeiros para empresas que se destacarem na área social.

Diante desse contexto, conclui-se que essas normas e certificações servem como instrumento para implementação de ações voltadas para o social, mostrando transparência por parte das organizações. Ainda são poucas as organizações certificadas, porém acredita-se que as empresas procurarão mais do que nunca se adequar às certificações. Outro indicador utilizado, como já dito anteriormente, é o balanço social, demonstrado a seguir.

2.2.2 Balanço Social

No Brasil, a mudança de mentalidade empresarial já pode ser notada na Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas desde a sua publicação, em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil). Na década de 80, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) chegou a elaborar um modelo. Porém, só a partir do início dos anos 90 é que algumas empresas - muito poucas - passaram a levar a sério esta questão e divulgar sistematicamente em balanços e relatórios sociais as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários (TORRES, 2007).

Embora não seja obrigatória em lei, cada vez mais o balanço social firma-se como instrumento de gestão empresarial. Assim, segundo o IBASE:

O balanço social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

No balanço social a empresa mostra o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos. Ou seja, sua função principal é tornar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

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.

O balanço social, para Reis e Medeiros (2007, p.75), “constitui-se em um instrumento gerencial de identificação de problemas e oportunidades e, conseqüentemente, de apoio à administração, representando a evidência dos investimentos e das influências das organizações na promoção tanto social quanto humana e do meio ambiente”.

Os relatórios tradicionais priorizam informações de ordem financeira, econômica e patrimonial e não abordam elementos qualitativos ou o fazem superficialmente. De acordo com Ribeiro e Silva (1999 *apud* TENÓRIO *et al.*, 2006, p. 37), o balanço social

é um instrumento de informação da empresa para a sociedade, por meio do qual a justificativa para a sua existência deve ser explicitada. Em síntese, esta justificativa deve provar que o seu custo-benefício é positivo, porque agrega valor à economia e à sociedade, porque respeita os direitos humanos de seus colaboradores e, ainda, porque desenvolve todo o seu processo operacional sem agredir o meio ambiente.

Esse relatório de sustentabilidade, para o Instituto Ethos (2007), é um instrumento que visa dar maior transparência às atividades empresariais, proporcionando a ampliação do diálogo da organização com a sociedade, tendo em vista a necessidade que as empresas e organizações têm de comunicar o sucesso e os desafios de suas estratégias sócio-ambientais e a coerência ética das suas operações.

Ele é um documento anual produzido voluntariamente pela empresa. O relatório de sustentabilidade traz dados quantitativos e qualitativos que, além de demonstrar o andamento das atividades da empresa no ano anterior, podem orientar o planejamento para o ano seguinte.

Segundo Torres (2007), a função principal do balanço social da empresa é tornar público a responsabilidade social da empresa. Isto faz parte do processo de transparência para o público em geral e também para os acionistas e investidores.

Para Melo Neto e Froes (1999), “a análise do balanço social demonstra principalmente o grau de cidadania empresarial das empresas, o que representa o seu nível de compromisso com a busca de soluções para os problemas sociais no país”.

Kroetz (2000 *apud* TENÓRIO *et al.*, 2006, p.38) identifica quatro fases para a implementação do balanço social:

1. *Fase política*: tomada de consciência por parte da administração, acionistas e corpo funcional da necessidade do relatório de balanço social, bem como a busca de engajamento de todos no processo;

2. *Fase operacional*: busca implantar de forma operacional o balanço social, necessitando, muitas vezes, de um aperfeiçoamento da estrutura da empresa e sistemas;
3. *Fase de gestão*: integração da responsabilidade social como forma de gestão, buscando incluir objetivos voltados para área e inclusão no planejamento estratégico da organização;
4. *Fase de avaliação*: é a fase de retroalimentação do sistema, onde serão avaliados os procedimentos e divulgação dos dados, bem como as políticas de gestão e planejamento da organização.

O balanço compreende dois tipos de ações: as internas, que são voltadas para os funcionários (educação, saúde, segurança no trabalho, remuneração, benefícios, etc.); e as externas, que são destinadas a sociedade (educação, cultura, esporte, lazer, meio ambiente, etc.). Assim, suas ações devem ser discriminadas quanto à natureza (interna e externa), à especificidade (doações, investimentos) e ao valor gasto. (MELO NETO e FROES, 1999).

Através do Guia de Elaboração do Balanço Social de 2006, elaborado como fonte de suporte pelo Instituto Ethos (2007), a elaboração do balanço social deve seguir os princípios da relevância, veracidade, comparabilidade, regularidade, verificabilidade, clareza.

Os benefícios proporcionados pela implantação do balanço social são muitos, destacando-se a identificação do grau de comprometimento social da empresa com sua cadeia de relacionamento; a evidenciação das contribuições à qualidade de vida da sociedade; e a avaliação da administração através de resultados sociais, e não somente financeiros. (TENÓRIO *et al.*, 2006, p. 39).

De acordo com Portal Responsabilidade Social.com (2007), um bom relatório sócio-ambiental deve ser amplamente disponibilizado ao público por todos os meios possíveis, incluindo-se aí a Internet. As informações contidas nele não devem ser apenas um check-list de requisitos sócio-ambientais, mas devem descrever de forma precisa o retrato da atividade social da empresa em determinado período de tempo. É comum as empresas mascararem ou omitirem falhas de conduta em seus relatórios.

Ainda segundo o Portal, a idéia de balanço foi tomada emprestada da ciência contábil e cria uma série de mal-entendidos, como o pressuposto de que existe um ativo e um passivo social. A confusão instrumental criada é, portanto, evidente. Mas, como tudo que ainda é novo, precisa ser aprimorado.

Foi por isso que em 1997, o IBASE realizou um amplo seminário no Rio de Janeiro, em parceria com diversas empresas públicas e privadas, onde a discussão em torno da

importância da realização do balanço social e da própria responsabilidade social reacendeu-se e voltou a pautar a agenda de empresas, da imprensa, de organizações não-governamentais, de institutos de pesquisa e até de instâncias de governo. Por isso, destacou-se na época a importância do reconhecimento e fortalecimento do "Selo Balanço Social" que está sendo fornecido pelo IBASE às empresas que publicam seu balanço social anualmente. (TORRES, 2007).

Algumas iniciativas de se lançar a idéia e a prática da realização do balanço social e de estímulo à responsabilidade social das empresas vêm acontecendo nos últimos anos. Em 1997, foi elaborado um projeto de Lei nº 3.116, pelas deputadas Marta Suplicy, Maria Conceição Tavares e Sandra Staling, com o objetivo de tornar obrigatória a elaboração do balanço social para empresas com mais de 100 funcionários, mas até o momento o projeto não foi votado.

Ainda que o modelo brasileiro contenha avanços notáveis – como a referência à questão racial no Balanço Social – o caráter da informação é ainda excessivamente quantitativo, o que – se, por um lado, permite a comparação temporal da performance da empresa e o detalhamento de despesas sociais – por outro, peca pela falta de descrição narrativa de como estas verbas sociais foram efetuadas e quais os resultados alcançados.

Portanto, muito ainda precisa ser estudado, pesquisado e realizado na prática para que esta idéia possa, de fato, gerar frutos concretos para toda sociedade.

2.3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL E AS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Segundo Karkotli (2006, p.143), o modelo bancário introduzido no Brasil foi o europeu, pelo qual se entendiam como atividades cruciais as operações de depósitos e empréstimos. Os bancos sempre mantiveram uma postura severa, austera. Aos poucos foram sendo criados novos serviços e houve expansão nos negócios.

Com a crescente expansão demográfica, econômica e financeira, solidificou-se, a partir de 1945, o Sistema Financeiro Nacional (SFN). Fortuna (1999 *apud* KARKOTLI, 2006, p. 144) conceitua SFN como “um conjunto de instituições que se dedicam, de alguma, forma, ao trabalho de propiciar condições satisfatórias para a manutenção de um fluxo de recursos entre populares e investidores”.

Segundo Fulani (2007), o mercado financeiro é composto pelo mercado monetário, mercado de crédito, mercado de capitais e mercado cambial. Portanto, o Sistema Financeiro Nacional do Brasil divide-se em Subsistema de Supervisão e Subsistema Operativo.

O Subsistema de Supervisão, de acordo com a Federação Brasileira das Associações de Bancos – FEBRABAN (2007), é composto por três órgãos normativos, que são o Conselho Monetário Nacional (CMN), a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) e a Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC). Além desses órgãos normativos, o Sistema Financeiro Nacional é composto por entidades supervisoras, como a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e o Banco Central.

No subsistema operativo, incluem-se as Instituições Financeiras. Nesse agrupamento estão, segundo Karkotli (2006, p. 144), os bancos comerciais, caixas econômicas, bancos de desenvolvimento, bancos de investimentos, sociedades de crédito, financiamento e investimento, sociedades corretoras, sistema financeiro de habitação, entre outros.

Assim, de acordo com a Federação Brasileira das Associações de Bancos – FEBRABAN (2007), o acesso aos serviços bancários é mais do que uma simples questão econômica; é também uma forma de inclusão social, de garantir cidadania e fomentar o crescimento econômico. Os bancos oferecem serviços variados, que incluem conta corrente, conta poupança, investimentos (aplicações financeiras), pagamentos, cobranças, crédito para financiamento do consumo e investimento, entre outros.

Os serviços bancários são oferecidos por meio de diferentes canais de atendimento, que compreendem desde as tradicionais agências até os correspondentes, como mostra a Figura 2. A importância desse último canal de atendimento cresceu acentuadamente nos últimos três anos e tem permitido o acesso aos serviços bancários em localidades distantes dos grandes centros urbanos (FEBRABAN, 2007).

	2006	2005	2004	2003	2002	2001	Var. % 06/05
Número de agências	18.087	17.515	17.260	16.829	17.049	16.841	3,3
Postos tradicionais ⁽¹⁾	10.220	9.527	9.837	10.045	10.140	10.241	7,3
Postos eletrônicos	32.776	27.405	25.595	24.367	22.428	16.748	19,6
Correspondentes ⁽²⁾	73.031	69.546	46.035	36.474	32.511	18.653	n.d.
Total de dependências	134.114	123.993	98.727	87.715	82.128	62.483	n.d.

⁽¹⁾ Incluem postos avançados de atendimento (PAA), postos de atendimento bancário (PAB), postos de atendimento cooperativo (PAC), postos de atendimento ao microcrédito (PAM), postos avançados de crédito rural (Pacre), de arrecadação e pagamentos (PAP), de compra de ouro (PCO) e unidades administrativas

⁽²⁾ De 2001 a 2004, fonte Bacen; 2005 a 2006, fonte: Febraban

Figura 2: Rede de Atendimento.

Fonte: Federação Brasileira das Associações de Bancos – FEBRABAN (2007).

Assim, com a grande procura por parte da população dos serviços dos bancos, de acordo com Conselho Empresarial Brasileiro para Desenvolvimento Sustentável. – CEBDS (2007), as instituições financeiras têm papel fundamental na construção do desenvolvimento sustentável.

O setor financeiro brasileiro destaca-se como um dos mais avançados no mundo no contexto da sustentabilidade, assumindo, de forma crescente e definitiva, uma posição pró-ativa na análise dos projetos de financiamento. Isso explica por que nosso país, comparado a outras nações emergentes, tem a maior representação entre as instituições que aderiram ao documento global “Princípios do Equador” – que são diretrizes comuns para a área financeira sobre temas socioambientais, desenvolvido em 2003 pelo IFC (International Finance Corporation), e junto a outras instituições.

Assim, Darcy (2007) afirma no Seminário de Responsabilidade Social e Ambiental dos Bancos, realizado pela FEBRABAN

que os princípios do Equador, um conjunto de regras desenvolvido pela International Finance Corporation (IFC) que pressupõe normas de conduta para as instituições financeiras nos campos social e ambiental, já têm 34 bancos como signatários em todo o mundo, sendo quatro de capital nacional e outros 10 com filiais no Brasil. O interessante é que se trata de bancos privados e que estão aderindo aos princípios espontaneamente, sem que seja necessário qualquer norma que os obrigue a tal atitude.

Na prática, a adoção dos princípios, que é voluntária, define critérios de responsabilidade social e ambiental para concessão de crédito. Pelo acordo, as instituições financeiras se comprometem a fazer uma avaliação crítica dos projetos de seus clientes quanto aos seus procedimentos e, se necessário, não conceder crédito a projetos que não atendam às melhores práticas de sustentabilidade (HSBC, 2007).

Durante o ano de 2005, foram realizados diversos fóruns e grupos de trabalho com o objetivo de revisar as diretrizes estabelecidas em 2003 de forma a refletir os novos padrões do IFC e contando com a colaboração ativa de clientes, grupos da sociedade civil e agências oficiais de desenvolvimento. Como resultados deste trabalho, em 2006, foram lançados os Princípios do Equador revisados, cujas alterações mais relevantes são as seguintes (HSBC, 2007):

- Os Princípios devem ser aplicados para todo financiamento de projeto com custo de capital superior a US\$ 10 milhões. Na versão anterior, esse valor era de US\$ 50 milhões.

- Os Princípios agora também se aplicam à atividade de assessoramento em Project Finance que os bancos prestam a seus clientes.
- Os Princípios agora passam a ser aplicados em expansões de projetos já existentes que apresentam adicional e significativo impacto socioambiental.
- Toda instituição financeira signatária deve divulgar publicamente um relatório anual sobre a implantação dos Princípios do Equador.

Outros indutores da responsabilidade social nas instituições financeiras são o índice de responsabilidade social elaborado pela agência Dow Jones (o Dow Jones Sustainability World Index, ou DJSI World) que apresenta a evolução do valor das ações no mercado financeiro de empresas que privilegiam o investimento em responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável; e o, ainda em fase de lançamento, Índice Bovespa de Responsabilidade Social, da Bolsa de Valores de São Paulo, que tem por objetivo refletir o retorno de uma carteira composta por ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, e também atuar como promotor das boas práticas no meio empresarial brasileiro (BOVESPA, 2007).

De acordo com a FEBRABAN (2007),

A atuação sustentável dos bancos está alinhada aos valores que preconizam, praticam no seu dia-a-dia e estão disseminados dentro das organizações e também entre os públicos de interesse, como clientes e fornecedores. Esses princípios estimulam o comportamento ético e responsável de todos, o que inclui, necessariamente, a transparência em suas ações e o diálogo com os stakeholders, comprovando o compromisso com o desenvolvimento e a criação de valor para toda a sociedade, direta ou indiretamente.

Medidas como o lançamento, pela FEBRABAN, da cartilha Você e Seu Banco e do Manual de Acessibilidade são importantes do ponto de vista das iniciativas de caráter social das instituições (DARCY, 2007).

Por fim, os bancos devem considerar as questões ambientais e sociais em todas as suas ações. Dessa forma, melhoram suas imagens perante a sociedade e reduzem seus riscos.

3 BESC E BANCO DO BRASIL

As instituições financeiras movimentam grande parte da riqueza mundial, influenciando os resultados de atividades dos setores da economia e privilegiando empreendimentos ao redor do mundo.

Nesse sentido, os bancos, como são popularmente chamados, influenciam o cotidiano das organizações, comunidades, governos e até a vida das pessoas. Como parte da vida da população catarinense, o BESC é importante para o desenvolvimento sustentável da região, surgindo assim a necessidade de analisar suas ações de responsabilidade social, conforme é apresentado a seguir.

3.1 BESC

O presente trabalho baseia-se nas ações de responsabilidade social apresentadas por um banco de Santa Catarina. A razão social é Banco do Estado de Santa Catarina S.A., sendo que sua sigla e nome mais conhecido é BESC. Seguem os principais dados da empresa.

- *Inscrição no CNPJ/MF:* Nº 83.876.003/0001-10;
- *Natureza jurídica:* sociedade anônima de capital aberto;
- *Autorização para funcionar:* Banco Central do Brasil;
- *Vinculação:* Ministério da Fazenda
- *Endereço:* Sede Praça XV de Novembro nº 329, Centro - CEP 88010-400 - Florianópolis (SC);
- *Telefone* (0xx48) 3239-9000 - Fax (0xx48) 3239-9052;
- *Endereço Eletrônico:* <http://www.besc.com.br>.

Dentre os produtos e serviços oferecidos pelo BESC, destacam-se:

- Depósitos à vista / a prazo
- Depósitos em Poupança
- Fundos de Investimento
- Empréstimos – Crédito Pessoal

- Títulos Descontados
- Financiamentos Rurais
- Crédito Direto ao Consumidor
- Arrecadação de Impostos, Contribuições e outros
- Cobrança Eletrônica BESC
- Operações de crédito para pessoas físicas e jurídicas
- Operações com garantia de recebíveis
- Débito automático
- Central de Atendimento BESC
- Serviços BESC Fácil
- HomeBESC
- Convênios
- Auto-Atendimento em terminais e pela Internet

O banco, devido a sua situação de federalizado, não pode atuar em alguns segmentos de mercado, como por exemplo, cartão de crédito e novos financiamentos habitacionais, apresentando assim uma gama de serviços abaixo daquela oferecida pela concorrência. A seguir um pouco da história do banco.

3.1.1 Histórico

O Banco do Estado de Santa Catarina foi criado pela Lei Estadual n.º 2.719, de 27.05.1961 e constituído em 15 de janeiro de 1962. Iniciou suas atividades somente em julho de 1962.

No princípio, sua denominação era Banco de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina (BDE), passando em 1969 para o atual Banco do Estado de Santa Catarina S.A. Nesse mesmo ano, adquiriu o controle acionário da Companhia Catarinense de Crédito, Financiamento e Investimentos e em 1971, entrou no Mercado de Capitais através do recebimento do certificado de Registro de Capital Aberto, expedido pelo BACEN.

Em 2000, ano de turbulências, o controle acionário do SFBESC (BESC, BESC FINANCEIRA S/A - Crédito, Financiamento e Investimentos - BESCREDI, BESC

Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S/A – BESCVAL, BESC S/A - Arrendamento Mercantil e BESC S/A CRÉDITO IMOBILIÁRIO – BESCRI) foi transferido para a União Federal, ou seja, foi federalizado para posteriormente ser privatizado.

O banco, impedido de operar em função do processo de privatização, ficou aguardando pelo leilão de venda. Muitas foram as transformações e investimentos. Em 2003, as suas operações foram flexibilizadas, retornando ao mercado. Desde esse ano, o banco começou a apresentar lucro e conseguiu realizar um Concurso Público para provimento de cargos. Desde 1989 o banco não contratava mais.

Assim, o banco não pára de crescer. Para atender sua finalidade, o BESC se vale da estrutura dos pontos de atendimento e do suporte administrativo/operacional da Direção Geral. Em 2006, possuía agências em Brasília (DF) , Curitiba (PR), Porto Alegre (RS), Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP), esta última fechada em 2007.

Atualmente, está presente em todas as praças Catarinenses e conta com mais de um milhão de clientes, entre correntistas, poupadores e investidores, desenvolvendo suas operações de modo integrado com as demais empresas que compõem o Sistema Financeiro Banco do Estado de Santa Catarina – SFBESC, amparado por convênios operacionais.

3.1.2 Missão e Princípios

Segundo o Relatório de Gestão (2006),

o Banco tem por finalidade principal fomentar o desenvolvimento econômico do Estado de Santa Catarina, realizando operações e serviços que favoreçam a criação de riquezas, sua distribuição e circulação, mediante a prática de todas as operações bancárias ativas, passivas e acessórias, a prestação de serviços bancários, de intermediação e de suprimento financeiro sob suas múltiplas formas, inclusive a prestação de serviços de administração de carteira de valores mobiliários, realizando quaisquer atividades empresariais facultadas às instituições integrantes do Sistema Financeiro Nacional, especialmente aos Bancos comerciais.

Com o intuito de atender a comunidade catarinense, o Besc possui a missão de “Ajudar no crescimento de organizações e pessoas através do apoio financeiro e da prestação de serviços, com eficácia e lucratividade, harmonizando os interesses de clientes, acionistas e empregados e contribuindo para melhor qualidade de vida da sociedade catarinense”. (Banco do Estado de Santa Catarina S/A, 2006)

Baseado em sua missão, o BESC desenvolveu os seguintes princípios que regem suas atividades:

- O cliente em primeiro lugar;
- Procedimento ético, transparente e profissional;
- Recursos de Santa Catarina aplicados no Estado;
- Integração com a comunidade;
- Preservação dos direitos dos acionistas;
- Qualificação e valorização do corpo funcional;
- Qualidade com simplicidade;
- Rentabilidade.

É com base nos princípios que o Banco formula suas estratégias e suas ações. A seguir, segue as políticas de Responsabilidade Social do banco.

3.1.3 Políticas de Responsabilidade Social

O BESC é um banco com característica regional, comprometido com o desenvolvimento e o apoio à economia catarinense em três categorias principais:

- Estímulo e fortalecimento das micros e pequenas empresas;
- Oferta de linhas de crédito ao funcionalismo público municipal, estadual e a empregados de empresas parceiras do banco;
- Apoio às comunidades com vistas à valorização das suas manifestações culturais, artísticas e desportivas, em parceria com as prefeituras municipais.

Como já mencionado anteriormente, dentre as Instituições Financeiras do país, o BESC é o único presente em todos dos municípios de um Estado, nesse caso, Santa Catarina.

Como consequência, seus investimento e aplicações são regionalizados, gerando trabalho e renda, contribuindo para a manutenção e ampliação de negócios com fornecedores e prestadores de serviços; além de sua função social, mantendo assim, uma relação de estreita intimidade com a gente catarinense.

A partir de 2006, o BESC aprofundou sua atuação na área de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) com vistas a incorporar estes conceitos na instituição como um todo. Pela primeira vez, promoveu sua auto-avaliação utilizando os Indicadores Ethos e pôde avaliar o atual estágio de Responsabilidade Sócio Empresarial no banco.

O Banco do Estado de Santa Catarina S.A. defende e difundi valores como:

- o respeito e a solidariedade;
- a equidade e a democracia;
- a igualdade e a cooperação entre as pessoas.

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE), no BESC, visa estabelecer com as próximas gerações, um sincero compromisso de preservação dos recursos culturais e ambientais, de melhoria da qualidade de vida das pessoas e de busca incessante pelo desenvolvimento sustentável.

Assim, procura estabelecer as diretrizes de atuação, mediante a adoção de normas e procedimentos que buscam difundir valores, garantir a aplicabilidade da RSE e estabelecer critérios de para alocação de recursos e análise dos projetos em investimentos sociais.

3.1.4 Objetivo e Premissas Básicas

O objetivo da Política de Responsabilidade Social é reafirmar o compromisso do BESC com o desenvolvimento sustentável, visando o aprimoramento contínuo das ações de responsabilidade social da entidade e a disseminação da consciência social para todo o corpo funcional, clientes, fornecedores, empresas parceiras e acionistas.

Apresenta um compromisso de manter a constante busca pelo progresso e pelo desenvolvimento da instituição assegurando que as ações promovidas hoje, não comprometerão o futuro das próximas gerações e sim contribuirão para uma sociedade mais saudável, justa e igualitária.

O ponto de partida na definição da política de RSE do BESC foi a realização do Seminário de Planejamento, em junho de 2006, no qual foi dada ênfase a sua importância enquanto política permanente, orientada para a sustentabilidade dos negócios e o desenvolvimento da sociedade catarinense.

O banco está procurando acompanhar a tendência do setor financeiro na inserção no movimento de Responsabilidade Social. Assim, a entidade tem contribuído para o desenvolvimento da sociedade catarinense, pois além de fomentar o desenvolvimento das micro e pequenas empresas, apóia eventos sociais que valorizam e preservam a cultura local. Incentiva e participa, em parceria com diversas organizações, de projetos que visam combater a discriminação e promovem ações de inclusão social e digital. A geração de emprego e renda, educação e preservação dos recursos naturais fazem parte da agenda de Responsabilidade Social do BESC.

De acordo com o Relatório Social 2006 do BESC, a gestão da Responsabilidade Social na instituição, pode ser analisada conforme Quadro 4.

Itens	Políticas
Premissas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deve basear-se em valores éticos e transparentes; 2. Os valores estão identificados no Código de Ética e devem ser discutidos periodicamente com todo corpo funcional; 3. A Responsabilidade Social não deve ser entendida apenas como “Responsabilidade Empresarial”, deve estar inserida na dimensão individual; 4. A Consolidação da consciência social e ambiental em cada cidadão Besquiano, é imprescindível para que a RS faça parte da essência institucional;
Diretrizes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atuar de forma ética e transparente, respeitando os Direitos Humanos, os Princípios e Direitos Fundamentais do Trabalho e os Princípios sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento; 2. Incorporar os princípios de RSE no discurso institucional do BESC; 3. Consolidar a consciência social e ambiental em cada cidadão Besquiano; 4. Estimular a manifestação de idéias que promovam a atuação socialmente responsável da empresa; 5. Inserir os conceitos de RS nas práticas administrativas, comerciais e de planejamento estratégico do BESC; 6. Promover sistemática e continuamente, ações e projetos institucionais voltados para inclusão social e redução das desigualdades, para geração de trabalho e renda e promoção da diversidade social; 7. Acompanhar a evolução das ações e projetos sociais bem como, inseri-los no Balanço Social do BESC; 8. Zelar para que o processo de doação de bens em desuso contribua de forma qualitativa para o desenvolvimento de ações voltadas à inclusão social e digital; 9. Promover parcerias com empresas, órgãos governamentais e/ou organizações não governamentais de forma a promover ações de RS; 10. Incentivar ações voluntárias, criar e manter atualizado o Banco de Voluntários; 11. Propor a cada ano, alocação de recursos no orçamento do Conglomerado BESC, para a realização de programas e ações sociais; 12. Incentivar e criar mecanismos para facilitar a doação espontânea visando ações voltadas para o exercício da cidadania; 13. Disseminar as ações e os projetos sociais do BESC para os clientes internos e externos; 14. Respeitar a diversidade e coibir quaisquer práticas discriminatórias (raça; classe social, nacionalidade, gênero, afiliação político – partidária, religião, idade etc.). 15. Viabilizar meios que permitam às pessoas com deficiências, pleno acesso aos serviços e produtos ofertados pela instituição; 16. Promover ações que visem reduzir os impactos ambientais gerados pela atividade fim da instituição; 17. Instruir clientes e empregados quanto à importância do processo sócio-ambiental de separação dos materiais e da utilização consciente dos recursos;

	18. Instruir clientes quanto à questão do consumo consciente, principalmente, quando se tratar dos créditos bancários; 19. Dar preferência à aquisição de material reciclado;
Ações	1. Elaborar e Revisar as Políticas de Responsabilidade Social; 2. Elaborar e Revisar o Regimento Interno do Comitê de Responsabilidade Social; 3. Avaliar, selecionar e acompanhar os projetos e ações sociais que serão desenvolvidos ou patrocinados pelo BESC de forma a garantir o resultado social esperado; 4. Elaborar o Balanço Social; 5. Elaborar o Relatório de Sustentabilidade Empresarial; 6. Criar mecanismos de disseminação da cultura socialmente responsável por toda rede; 7. Interagir com outras áreas de forma a sugerir modificações nos processos realizados, visando melhorias de cunho social e ambiental; 8. Coordenar os Projetos de Responsabilidade Social do BESC; 9. Respeitar e cumprir as atribuições descritas no Art. 2º do Regimento Interno do Comitê de RSE.

Quadro 4: Gestão da Responsabilidade Social no BESC.

Fonte: Adaptado do Relatório Social, BESC, 2006.

Em 2006, pela primeira vez na história do banco, foi elaborado e divulgado o Código de Ética BESC. O Código se aplica a todos os empregados, administradores, prestadores de serviços e parceiros. Tem como objetivo orientar e sistematizar princípios norteadores no desempenho da atividade profissional de empregados e administradores, nas relações com clientes, acionistas, comunidade, setor público, parceiros, fornecedores, concorrentes, mídia, associações e entidades de classe.

Entre os princípios difundidos, a defesa dos direitos humanos, os princípios de justiça social, o ecossistema e o desenvolvimento sustentável; apoio às ações desenvolvimentistas direcionadas à melhoria das condições sociais para população dos municípios em que o banco desenvolve suas atividades, entre outros.

3.1.5 Comitê de Responsabilidade Social

Para coordenar as políticas de responsabilidade social foi constituído em 2006 o Comitê de RES, que tem por objetivo realizar ações externas e internas relacionadas à área. São ações típicas do Comitê:

- selecionar e acompanhar os projetos e ações sociais;
- planejar a produção do relatório socioambiental;
- criar instrumentos para disseminação da cultura socialmente responsável em todo o banco;

- interagir com outras áreas para promover melhorias de cunho social e ambiental.

Segundo o Regimento Interno do Comitê de Responsabilidade Social Empresarial do Banco do Estado de Santa Catarina S.A (Art. 1º, Cap. I), este “é um órgão autônomo de caráter deliberativo, que tem por objetivo a execução de ações, análise, avaliação e emissão de pareceres sobre questões e assuntos relativos à responsabilidade social empresarial do Sistema BESC”.

As atribuições do comitê são (Regimento Interno, art. 2º, Cap. II):

- disseminar o conceito de RSE e zelar para que o Sistema BESC e seus empregados observem este conceito nas suas ações de responsabilidade social;
- estudar, debater e disseminar qualquer matéria relativa às boas práticas da RSE;
- encaminhar as conclusões de seus estudos, debates, análises à Diretoria Executiva do Sistema BESC;
- sugerir a realização, sob sua coordenação, de conferências, exposições, cursos, seminários, bem como a formação de grupos de estudos e análises técnicas e ainda novos projetos referentes à RSE;
- sensibilizar os empregados e as unidades de trabalho do BESC para ações de responsabilidade social, por meio de apoio, proposição ou promoção de programas e projetos que propiciem a melhoria da qualidade de vida, dos seus empregados assim como da população em geral;
- indicar uma direção estratégica para a implementação de políticas, padrões, investimentos, treinamentos e programas sócio-ambientais dentro das unidades do BESC;
- colaborar com a Diretoria Executiva na sua interação com órgãos governamentais, empresas de consultoria em Responsabilidade Social e do Terceiro Setor.

Os desafios do Comitê são significativos. Além de desenvolver as políticas e os meios para implementá-las, tem o desafio de incorporar nas atitudes e na cultura interna o conceito de responsabilidade social. O plano de trabalho de RSE passou a ser desenvolvido por meio dos seguintes projetos: Indicadores Ethos; Jovem Aprendiz; Inclusão de Portadores de Necessidades Especiais; Capacitação em RSE; Diversidade; Investimentos Sociais do

BESC Clube e Reciclagem de Materiais e Economia de Energia. O Quadro 5 mostra o desenvolvimento detalhado dos projetos.

Projeto	Desenvolvimento
Jovem Aprendiz	Inclusão e qualificação. Esses são os objetivos principais do projeto Jovem Aprendiz, que possibilita oportunidades de inclusão social e de renda para jovens (de 16 a 24 anos) em situação de risco, dando-lhes formação e capacitação que permita inseri-los no mundo do trabalho. Em maio de 2006, o BESC firmou termo aditivo ao contrato da Sociedade Promocional do Menor Trabalhador (Promenor), para atendimento do programa Jovem Aprendiz. Os jovens em situação de vulnerabilidade, com idades entre 16 e 18 anos, são capacitados para desempenhar serviços auxiliares de atividades administrativas e comerciais nas unidades da Direção Geral e agências da Superintendência Regional Grande Florianópolis.
Inclusão de Pessoas com Necessidades Especiais	Estão em andamento estudos técnicos que auxiliam no desenvolvimento de projetos e atividades visando à inclusão de portadores de necessidades especiais no BESC. Combinado ao desenvolvimento desse projeto, o BESC patrocinou o 1º Congresso Catarinense de Empregabilidade Especial, em 2006, e ofereceu um benefício a mais para empregados com necessidades especiais ou que tenham filhos nesta condição, que é o pagamento de uma cesta mensal adicional (vale-alimentação). Atualmente, são 20 beneficiados. Com relação à infra-estrutura do banco, estão sendo adquiridos 200 caixas automáticos, com acessibilidade, e efetuados estudos para adaptação de instalações.
Capacitação em RSE	Serão desenvolvidos projetos que contemplem a formação e a capacitação nos temas de RSE, para que o banco tenha uma base sólida para sua política, além de ampliarmos horizontes sobre as diferentes visões e ferramentas de que tratam o assunto. Busca-se, ainda, com esse projeto disseminar a cultura de RSE entre todos os funcionários, além de promover a conscientização de clientes e fornecedores. O projeto foi dividido em cinco linhas de atuação: capacitação do Comitê de RSE, dos grupos de trabalho específicos e do corpo funcional do banco, capacitação direcionada às deficiências apontadas na auto-avaliação. O tema RSE teve capítulo exclusivo no Curso de Capacitação em Gestão Bancária, ministrado pela Unisul Virtual, entre 2005 e 2006, para 1.215 empregados. Ao final do curso, foram anunciados os 10 projetos de RSE vencedores entre os 23 apresentados.
Projeto-piloto de Reciclagem de Materiais e Economia de Energia	Estão em desenvolvimento projetos que tratam a reciclagem de materiais e promovem a economia de energia. Experiência piloto na reciclagem foi desenvolvida em 50 unidades do banco.
Diversidade	Desenvolver ações e projetos visando à promoção da diversidade no BESC, propiciando o acesso de mulheres e negros nos cargos de direção do banco e projeto especial para pessoas com necessidades especiais. Para ajudar na difusão da discussão com a sociedade, o banco patrocinou a edição de um livro sobre o tema - Gênero na Educação: espaço para a diversidade, editado pela entidade Genus – Pesquisa, Assessoria e Estudos de Gênero.
Investimentos Sociais do BESC Clube	Esse é o espaço para coordenar e gerenciar os projetos sociais do BESC Clube, que devem ter correspondência com os parâmetros de RSE, minimizando o caráter assistencial e a pulverização de projetos. As novas coordenadas de atuação do BESC Clube estarão mais centradas em projetos de geração de renda e emprego, inclusão digital e educação voltada ao trabalho.

Quadro 5: Desenvolvimento de projetos de RSE.

Fonte: Adaptado do Relatório Social, BESC, 2006.

3.1.6 Ações de Responsabilidade Social no Banco

O banco conta com um instituto – o BESC Clube – que implementa os projetos socioambientais. Segundo o Relatório Social 2006, entre os anos de 2003 e 2006, o BESC investiu R\$2.878.746,52 em projetos sociais em todo o Estado por meio do BESC Clube. Em 2006, os investimentos passaram a ser direcionados a projetos de geração de renda e emprego, inclusão digital e educação voltada ao trabalho, através de 60 projetos, abrangendo 29 municípios, com investimento de R\$ 613.311,83.

Segundo o Quadro 6, o BESC investiu na sociedade catarinense no ano de 2006 através de algumas parcerias, sempre com o propósito de valorizar a comunidade, o social e a cultura.

Parcerias	Descrição
Comunidade	Desde junho de 2006, o BESC está em 100% dos municípios catarinenses, quando foram inaugurados os postos de atendimento de Barra Bonita, Bandeirante e Santa Terezinha do Progresso. O asfalto ainda não chegou para acesso a essas cidades, mas a instalação do banco levou até elas a inclusão digital. Em Santa Terezinha do Progresso, em função da localização geográfica, houve dificuldade para o acesso on-line, o que só foi solucionado em março de 2007, quando a operadora de telefonia conseguiu fazer uma conexão. Com o BESC nessas cidades, a população tem se beneficiado ao receber proventos, pagar contas e ter acesso a crédito e serviços, sem ter de se deslocar a cidades maiores, tendo impacto no comércio local e incrementado a economia desses pequenos municípios.
Parceiro da Comunidade	Presente nos principais eventos culturais de Santa Catarina, o BESC apoiou, em 2006, 117 projetos entre festas regionais, congressos, exposições e demais manifestações artísticas e culturais, distribuídos por 100 municípios de todas as regiões do Estado. Ao apoiar e ser parceiro de eventos relevantes para as comunidades catarinenses, o BESC reafirma seu compromisso com a consolidação e fortalecimento da identidade cultural do Estado. São exemplos de grandes eventos como a Oktoberfest, em Blumenau, a Festa do Pinhão, em Lages, a Festa da Cebola, em Ituporanga, entre outros. O banco também contribuiu para o sucesso de festas como a do Queijo e do Mel, em Angelina, ou a Tirolofest, em Treze Tílias. As festas de Santa Catarina projetam o Estado nacionalmente e o BESC tem uma parceria histórica nessas realizações
Natal sem Fome	A fim de contribuir com a comunidade carente catarinense, o BESC tem realizado, desde 2003, a campanha Natal Sem Fome. Em 2006, foram reunidos 156.366 quilos de alimentos, distribuídos a várias instituições e famílias em todo o Estado. Toda a rede de agências do banco se envolve e desenvolve atividades criativas e que beneficiam muitas comunidades. Nas campanhas anteriores foram arrecadados 102.504 quilos (2005), 56.456 quilos (2004) e 59.384 quilos (2003).
Coral	A Associação Coral BESC foi fundada em 1994 com o objetivo de desenvolver o canto coral, além de ser um espaço para estimular a manifestação artística e cultural e divulgar o nome do banco aos catarinenses. Ao longo dos anos, o Coral BESC participou de inúmeros eventos e sempre teve o apoio do banco.

Quadro 6: Parcerias.

Fonte: Adaptado do Relatório Social, BESC, 2006.

Além de ser um agente para o desenvolvimento de Santa Catarina, o BESC tem priorizado ações e projetos de geração de renda e emprego, inclusão social e cidadania para

que nosso estado e país sejam mais justos e solidários projetos desenvolvidos (Relatório Social, 2006).

Como já dito anteriormente, apesar de o banco investir em projetos sociais, culturais e ambientais, não possuía parâmetros para investimentos e nem indicadores de desempenho. A partir de 2006, foi implantada a política de RSE do BESC, com ênfase a sua importância enquanto política permanente, orientada para a sustentabilidade dos negócios e o desenvolvimento da sociedade catarinense.

A Figura 3 mostra a avaliação, de acordo com os Indicadores do Instituto Ethos, realizada pelo BESC das ações de Responsabilidade Social do ano de 2006.

TEMA	PROGRESSO	DESAFIOS
Valores, transparência e governança	Compromissos éticos, governança corporativa	Enraizamento na cultura organizacional, diálogo com as partes interessadas
Público interno	Relações com o sindicato, política de remuneração, comportamento frente às demissões	Compromisso com as crianças, relação com os terceirizados, saúde, segurança e aposentadoria
Meio ambiente		Compromisso com a causa ambiental, minimização de entradas e saídas de materiais
Fornecedores	Critérios de seleção e avaliação de fornecedores	Trabalho infantil na cadeia produtiva
Clientes	Política de comunicação comercial	Excelência do atendimento
Comunidade	Relação com organizações locais, financiamento e envolvimento com a Ação Social	Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade e entorno
Governo e sociedade	Práticas anti-corrupção e participação em projetos sociais	Liderança e influência social

Figura 3: Avaliação da RSE do BESC de acordo com os Indicadores Ethos.

Fonte: Relatório Social BESC, 2006.

Assim, os resultados do exercício de 2006, no aspecto social, ambiental e desempenho são descritas nos itens seguintes.

3.1.6.1 Investimentos em Pessoas

Em 2006, após anos de defasagem salarial devido os recursos serem insuficientes para adotar os parâmetros da Federação Nacional dos Bancos (FENABAN), foi possível elevar o piso da categoria de acordo com esses parâmetros.

Nos últimos três anos, além da alta renovação no corpo funcional do BESC, merece ser ressaltada a ascensão das mulheres em postos de destaque. Em dezembro de 2006, o BESC contava com 3.142 funcionários, sendo 1.968 homens (63%) e 1.174 mulheres (37%). O dado mais significativo é que nos últimos três anos, o número de mulheres em cargos de liderança (gerência e direção) aumentou de 22% para 30%. É visível o progresso, e ações futuras refletirão a continuidade da ascensão das mulheres na instituição. (BESC, 2006).

Quanto capacitação e ascensão profissional, foram realizados 15.003 treinamentos individuais de empregados, que envolveram 6.283 horas de capacitação, no período entre 2004 e 2006.

De setembro de 2005 a abril de 2006, o BESC realizou a maior capacitação que já houve no banco: 1.215 empregados participaram do curso de aperfeiçoamento em Gestão Bancária à distância, ministrado pela Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL. Sem contar com a manutenção de curso permanente para formação de caixas, que em 2006 treinou 334 empregados.

Foram adotados também nesse ano, plano de ajustes e desenvolvimento de recursos humanos, com revisão e reestruturação das funções comissionadas, entre outras medidas. As concorrências internas para ascensão na carreira foram constantes, mostrando o ingresso de diversos funcionários concursados em 2004 em cargos comissionados.

3.1.6.2 Projetos Sociais

Segundo Wikipedia (2007), os trabalhos voluntários são iniciativas (individuais ou coletivas) que visam a proporcionar a melhoria da qualidade de vida de pessoas e comunidades. Inserido nesse conceito, os projetos sociais são um exercício de cidadania, pois permitem a transposição de barreiras e preconceitos em benefício do outro. Eles são um meio

para que haja maior conscientização do indivíduo diante do papel que ele desempenha na sociedade, além de despertar o sentimento de solidariedade.

Com objetivo de desenvolver a comunidade catarinense e garantir o desenvolvimento sustentável, o BESC, no ano de 2006 implementou os projetos sociais elencados abaixo.

a) Vassouras Ecológicas

O projeto Empresa Coletiva de Vassouras Ecológicas, desenvolvido pela Associação dos Deficientes Físicos de Mafra (ADEFIMA), objetiva integrar o deficiente físico ao mundo do trabalho, com valorização do ser humano.

A ADEFIMA conta hoje com aproximadamente 1.200 associados e se mantém com fundos adquiridos pela venda de vassouras ecologicamente corretas, confeccionadas com garrafas Pet (CLICK RIOMAFRA, 2008).

A iniciativa teve o apoio do banco até o final de 2006. Os recursos foram utilizados para viabilizar a implantação da fábrica de vassouras com material reciclável, além da compra de material, máquinas, outros instrumentos necessários à produção e capital de giro.

b) Inclusão de Pessoas com Necessidades Especiais

A Cooperativa Social de Pais, Amigos e Portadores de Deficiência - COEPAD realiza importante trabalho de inclusão de deficientes mentais, em Florianópolis, oferecendo capacitação técnica e oportunidade de trabalho. Segundo a COEPAD (2008), o portador de deficiência mental tem

o direito de ser e estar feliz, aprender, produzir e fazer parte da sociedade. Este é o maior objetivo da COEPAD. Uma cooperativa, sem fins lucrativos, de categoria especial, fundada para dar oportunidade de trabalho aos portadores de deficiência mental, proporcionando a sua inclusão na sociedade.

Para atender seus cooperados, a COEPAD mantinha em 2006 três oficinas de trabalho: reciclagem de papel; cartonagem (papel artesanal para confecção de blocos, caixas, cartões, envelopes) e produção de fraldas descartáveis - geriátricas e infantis - e lençóis geriátricos. Atualmente, a COEPAD conta com seis oficinas de produção: Papel Artesanal, Cartonagem, Produtos Higiênicos, Produtos com TNT, Corte e Embalagens em Geral e Serigrafia.

A colaboração do banco foi através do custeio das despesas de um período de seis meses, em 2006.

c) Plantando Conhecimento

O BESC apóia o projeto *Plantando a Vida*, da Fundação Pauli Madi, de Joinville, que é desenvolvido em parceria com o Colégio Agrícola Senador Carlos Gomes de Oliveira, e proporciona aprendizado de hidroponia e horticultura aos adolescentes carentes da região Sul da cidade de Joinville e ainda produzir hortaliças e verduras para serem servidas nas Cozinhas Comunitárias.

O Projeto *Plantando Vida*, segundo a Fundação Pauli Madi (2008) visa sanar duas grandes preocupações da Fundação Pauli-Madi e da comunidade em geral:

- Ocupar os adolescentes com atividades profissionalizantes para que assim não fiquem expostos a criminalidade, através de técnicas de cultivo de verduras e hortaliças bem como oportunizar o aprendizado através do estímulo a prática profissional aliada à teoria, como fator de desenvolvimento técnico e humano;
- Produzir verduras e hortaliças para o uso nas Cozinhas Comunitárias, proporcionando uma dieta mais saudável às 3200 crianças atendidas.

Em 2006, foram investidos recursos para instalação da estrutura física das estufas para a hidroponia e outros investimentos iniciais. O projeto tem capacidade para produzir 6 mil unidades de hortaliças, entre temperos e folhosas, a cada 45 dias.

d) Bibliotecas Rurais

O programa de Bibliotecas Rurais Arca das Letras, do Ministério do Desenvolvimento Agrário, tem o apoio do BESC, que investiu recursos em 2006 para construção das Arcas, que são móveis desenvolvidos para agregar até 200 livros cada, além de CDs e fitas de vídeo.

O Programa Arca das Letras foi criado em 2003 pela Secretaria de Reordenamento Agrário do Ministério do Desenvolvimento Agrário para incentivar a leitura no meio rural, reunindo esforços de parceiros governamentais e não-governamentais.

De acordo com o Portal MPA (<http://www.mda.gov.br>), desde o seu lançamento, já foram implantadas 4.730 bibliotecas em comunidades rurais de 1.501 municípios brasileiros,

com mais de 1 milhão de livros distribuídos, totalizando 1.043 Arcas. Para as ações de incentivo à leitura, o programa conta com o trabalho voluntário de 9.636 agentes de leitura. O programa no Estado de Santa Catarina é conduzido pelo Centro Vianei de Educação Popular, que visa incentivar a leitura e facilitar o acesso aos livros em comunidades de agricultura familiar, assentamentos e remanescentes de quilombos.

Em Santa Catarina, foram entregues 35 bibliotecas para comunidades rurais e 25 para as Casas Familiares Rurais.

e) Minha Casa, Meu Negócio

O BESC desenvolveu linha específica de microcrédito, amparada nas resoluções do Conselho Monetário Nacional, para atendimento da população de baixa renda e microempreendedores, a partir de um convênio com a prefeitura de Lages. O programa Minha Casa, Meu Negócio fornece crédito com taxa de juros de 2% ao mês, que é assumida pela prefeitura. Em 2006, foram realizadas 107 operações com pessoas físicas e 47 operações para pessoas jurídicas.

f) Educação e Ecologia

Despertar o interesse de crianças sobre alimento saudável é o objetivo da cartilha *Escolha, freguês – A produção ecológica está aí*, editada pelo Programa de Desenvolvimento à Agricultura Familiar, do Ministério do Desenvolvimento Agrário. O texto ressalta os benefícios que os alimentos orgânicos, produzidos de maneira ecológica, trazem à sociedade, ao planeta e as gerações futuras. O BESC Clube forneceu recursos para colaborar com a edição de 150 mil exemplares, distribuídos em escolas públicas de Santa Catarina, e jogos infantis.

g) Espaço para a Diversidade

As oficinas sobre gênero, do projeto *Gênero na Educação – Espaço para a diversidade*, desenvolvido pela Genus – Pesquisa, Assessoria e Estudos de Gênero, contaram com a colaboração do BESC Clube para a realização das fases II e III, que incluíam a realização de oficinas com professores e seminários para apresentação dos resultados das oficinas, respectivamente.

Foram investidos recursos com o objetivo de colaborar na ampliação da discussão sobre gênero, sexualidade (particularmente a infantil) e violência, cujas vítimas potenciais são as mulheres e crianças, e para custear a edição de um livro sobre o tema.

A GENUS, fundada em 2002, já realizou mais de 40 oficinas, com a participação de aproximadamente 1200 professores (as) no Estado de Santa Catarina, representando mais 300 instituições de todas as Regiões do Estado.

h) Inclusão Digital

O banco é parceiro do Comitê Fome Zero de Joinville. Em 2006, foram investidos recursos para contribuir com a implantação e gerenciamento dos programas e oficinas, como a implantação da Rede Popular de Inclusão Digital, que conta com dez laboratórios de informática para atender a população carente, localizados em vários bairros de Joinville.

O BESC apoiou a realização de cursos gratuitos de informática para 120 jovens carentes das comunidades de Laguna, no Sul do Estado, por um período de seis meses. Os cursos foram organizados pela Associação dos Voluntários Amigos do Hospital e da Sociedade, que recebeu recursos para pagamento dos monitores, material de apoio e mensalidade da internet.

i) Educação

Foram comprados cinco microcomputadores, que foram doados ao laboratório de informática da Escola Básica Municipal Ascendina Brasinha Dias, localizada na comunidade Linha Cachoeira, no interior de Chapecó, no Oeste. A escola, que atende cerca de 80 crianças em uma comunidade carente, não possuía computador e esta doação possibilitou um início de inclusão digital.

j) Investimentos em Eventos

O BESC preocupou-se em participar de eventos que contribuíssem para o desenvolvimento social, cultural e ambiental da região, não com o propósito específico de divulgação, mas para garantir a realização de eventos socialmente responsáveis. Os eventos envolvidos são mostrados no Quadro 7.

Evento	Descrição
<i>Seminário e Feira Biofach</i>	O BESC Clube colaborou para que 12 associações de produtores orgânicos pudessem participar da 3ª edição do Seminário e Feira Biofach, o principal evento internacional da América Latina sobre agricultura orgânica, ocorrido em outubro de 2006, em São Paulo. Além da troca de informações e de conhecimento, os agricultores puderam realizar negócios com empresas nacionais e estrangeiras. E a colaboração possibilitou, ainda, que Santa Catarina fosse o Estado com maior participação na Feira.
<i>Congresso de Empregabilidade</i>	O BESC Clube foi co-patrocinador do Congresso Catarinense de Empregabilidade Especial – CONCES/2006, realizado em julho de 2006, em Florianópolis. O evento, promovido pela Rede Catarinense de Empregabilidade Especial, discutiu desafios de empregabilidade e renda da pessoa com deficiência, aspectos legais da qualificação e contratação entre outros temas importantes.
<i>Força ao Campo</i>	O banco colaborou com a realização do II Encontro de Habitação da Agricultura Familiar, ocorrido em junho de 2006, que reuniu mais de 10 mil agricultores, promovido pela Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar da Região Sul e a Cooperativa de Habitação dos Agricultores Familiares dos Três Estados do Sul.
<i>Apoio a Aposentados</i>	Por meio da Associação dos Segurados Aposentados e Pensionistas, do Instituto de Previdência de Joinville (Ipreville), o banco colabora com o atendimento de 55 aposentados por invalidez, com baixa renda. Em 2006, foram repassados recursos para a entrega mensal de uma cesta básica de alimentos.
<i>Eventos Culturais e Manifestações Artísticas</i>	Segundo a Superintendência de Marketing, no final do exercício de 2006, foram investidos um total de 117 eventos culturais e de manifestações artísticas, com atuação de 100 agências da rede, num montante de R\$ 794.605,40. A região que teve mais eventos patrocinados foi a Oeste, com 26 eventos, porém a que mais contribuiu em valores monetário foi a Grande Florianópolis, num montante de R\$ 200.600.

Quadro 7: Eventos.

Fonte: Relatório Social BESC, 2006.

Os eventos são diversos, incluindo a organização financeira de muitas festas conhecidas no Estado de Santa Catarina, como a Feira da Esperança em Florianópolis e a Festa Nacional do Pinhão, em Lages. A seguir, veremos o desempenho ambiental do BESC.

3.1.6.3 Desempenho Ambiental

O ritmo de contaminação e destruição ambiental na última década foi muito acelerado e as ações de contraposição a esse ritmo continuam sendo débeis diante da força com que o desenvolvimento, na perspectiva degradante, se impõe no país.

Nunca se discutiu tanto sobre a importância dos recursos naturais para a sobrevivência do planeta. Vários são os movimentos em busca de proteção ambiental, com a premissa de que se deve pensar globalmente, porém agir localmente.

Nesse contexto, o BESC procura fazer sua parte realizando ações internas de utilização racional da energia e água, como também o tratamento adequado dos seus materiais

utilizados. Paralelamente, apoiou projetos e ações voltados à sustentabilidade, reciclagem e economia de energia (BESC, 2006)

Internamente, durante o ano de 2006, foi desenvolvido o projeto-piloto do Programa de Reciclagem Total e Economia de Energia do BESC, que foi levado a efeito em 50 locais do banco, abrangendo tanto as agências como os departamentos administrativos. Com o intuito de contribuir com o meio ambiente, reciclando materiais e estimulando a geração de renda e emprego para catadores e comercializadores de materiais, foram encaminhados para reciclagem aproximadamente 86% dos materiais produzidos pelas unidades participantes. Foi um percentual bastante significativo, sem contar que gera retorno financeiro para o banco.

Nessas mesmas unidades, foi realizada uma revisão elétrica nas instalações, com o propósito de reduzir o consumo em 20%. A partir dessa experiência, o banco pretende estendê-la para toda a rede, pois os ganhos socioambientais são inquestionáveis.

Externamente, o banco procurou aplicar recursos para o desenvolvimento sustentável, conforme descrição a seguir.

a) *Recuperando a Mata Ciliar:*

O reflorestamento do Rio Camboriú é o objetivo do projeto Recuperação da Mata Ciliar do Rio Camboriú, elaborado pelo empregado do BESC, Jorge Luiz Zago, em conjunto com o Instituto de Desenvolvimento e Integração Ambiental de Balneário Camboriú. O projeto prevê levantamento da situação e da biodiversidade, capacitação de professores da rede municipal e estadual e plantio de 2 mil a 3 mil mudas de árvores nativas. É um projeto de grande alcance socioambiental. O diagnóstico e o levantamento sobre biodiversidade estão em andamento e, em março, foi iniciada a capacitação dos professores em cursos do Instituto. O plantio das mudas, que será feito com alunos das escolas públicas, está previsto para iniciar no segundo semestre de 2007.

b) *Papel Reciclado*

Como parte das mudanças internas voltadas à sustentabilidade, já foram dados passos na utilização de papel reciclado em todos os materiais impressos, distribuídos a clientes e usuários.

Todos os resultados da RSE do BESC no ano de 2006 foram apresentados no Relatório Social, através do Balanço Social, de acordo com o modelo IBASE, conforme anexo.

3.2 BANCO DO BRASIL

A importância da Responsabilidade Social é inquestionável. Tanto a empresa quanto o cidadão saem ganhando, através de uma relação de troca, em que a empresa ganha em forma de marketing social e o indivíduo em qualidade de vida. Assim é também com as Instituições Financeiras, que procuram cada vez mais investir em ações socialmente responsáveis.

Assim, para fins de análise deste trabalho, foi verificado junto ao Banco Central do Brasil - BACEN, através do relatório bancário de 2006, a relação dos maiores bancos atuantes no mercado brasileiro, conforme anexo 2. Foi escolhido o maior banco, Banco do Brasil, que além de ser o maior, é Público.

3.2.1 Perfil

O Banco do Brasil completa, em 2008, 200 anos de existência. Ao longo da história foi o primeiro banco a (BB, 2008):

- operar no País;
- entrar para a bolsa de valores;
- lançar cartão de múltiplas funções;
- lançar o serviço de móbile banking;
- se comprometer com uma Agenda 21 Empresarial; e
- aderir aos Princípios do Equador.

Segundo Relatório Bancário de 2006 fornecido pelo BACEN, o Banco do Brasil contava em 2006 com um Ativo Total de R\$ 296.356.419, sendo o maior banco atuante no

mercado brasileiro. Com sua sede em Brasília, o banco possuía 107.101 funcionários e 4.048 agências espalhadas pelo Brasil todo em dezembro de 2006 e foi o primeiro banco brasileiro oficial a aderir aos Princípios do Equador.

O Relatório de Sustentabilidade (BB, 2006) afirma que o Banco do Brasil – um dos principais agentes do desenvolvimento econômico do país – tem por objetivo impulsionar a economia e o desenvolvimento dos municípios onde atua, financiando o agronegócio, o comércio exterior e as micro e pequenas empresas. Sem contar com a preocupação com questões como justiça social e com o uso sustentável dos recursos ambientais.

O banco assumiu ações pioneiras como o Protocolo Verde, em 1995, no qual se propôs a contemplar a variável ambiental na concessão de crédito; o Pacto Global das Nações Unidas, que estabelece princípios relacionados a direitos humanos, direito do trabalho, meio ambiente e combate à corrupção; e a Agenda 21 Empresarial, que lista iniciativas voltadas ao desenvolvimento sustentável dos negócios (BB, 2006).

O banco também conta com uma equipe formada por profissionais de diversas áreas dentro do banco, que tem como função primordial atender as diretrizes de Responsabilidade Sócio-Ambiental.

A seguir, podem-se observar as ações de responsabilidade social adotadas pelo banco, divididas de acordo com os agentes receptivos.

3.2.1.1 Funcionários /Colaboradores

Segundo o Relatório de Sustentabilidade de 2006, o Banco do Brasil contava, ao final daquele ano, com 82,7 mil funcionários, 64,2% do sexo masculino e 35,8% do sexo feminino. O Banco ainda dispôs de 6 mil contratados junto a empresas especializadas no fornecimento de mão-de-obra temporária, para fazer frente ao aumento de serviço na rede de agências.

a) Gestão do Desempenho Profissional e Educação

Semestralmente, os funcionários são avaliados por seu superior imediato, seus pares e, se for o caso, por seus subordinados. O resultado busca, preferencialmente, direcionar ações

de capacitação para o aprimoramento das competências necessárias para o crescimento profissional do funcionário e para a melhoria dos resultados do Banco.

Banco instituiu a meta individual de, no mínimo, 30 horas de treinamento por ano. Em 2006, 96,7% dos funcionários cumpriram a meta e o tempo médio de treinamento observado superou 120 horas.

O Banco concede, ainda, bolsas de estudos para os funcionários. Em 2006, foram 6,8 mil bolsas de graduação (presencial e a distância), 2 mil bolsas de especialização e MBA a distância e 464 bolsas para estudos de língua estrangeira. Ao final do período, 14,7% dos funcionários possuíam especialização, mestrado ou doutorado, 46,3% ensino superior, 38% ensino médio e 1% apenas o ensino fundamental.

No início de 2006, o BB assinou um convênio com diversas instituições de ensino federais e estaduais para viabilizar a Universidade Aberta do Brasil. O projeto, conduzido pelo Ministério da Educação e apoiado pelo Banco, tem por objetivo viabilizar a oferta gratuita de curso superior a distância às pessoas que residem em áreas de difícil acesso. Mais de 11 mil alunos foram selecionados em 19 estados.

b) Estágio / Adolescente Trabalhador

O Programa de Estágio de Estudantes ofereceu oportunidade de preparação profissional para 9,9 mil estudantes de segundo e terceiro graus. Outros 4,8 mil participaram do Programa Adolescente Trabalhador. Com uma jornada de trabalho de quatro horas, o programa proporciona a esses jovens aprendizes tempo para estudo, convívio familiar e lazer, além de oferecer seguro-saúde.

c) Saúde e Previdência

Voltadas para a saúde, a previdência complementar e a qualidade de vida dos funcionários, duas instituições são mantidas com contribuições do Banco e dos funcionários, funcionando com um sistema de gestão compartilhada. Em 2006, o Banco destinou à Caixa de Assistência dos Funcionários do Banco do Brasil (Cassi) R\$ 402,2 milhões para manutenção dos planos de saúde para funcionários ativos e aposentados.

A Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil (Previ), em 2006, contava com 136,4 mil associados funcionários ativos e aposentados. A contribuição patronal anual chegou a R\$ 460,9 milhões.

d) *Ouvidoria Interna*

Com dois anos de funcionamento, a Ouvidoria Interna do Banco do Brasil consolidou-se como um canal direto de comunicação entre a Empresa e seus funcionários. Tem atuado na prevenção e solução de conflitos, contribuindo para construção de um ambiente de trabalho mais humano e saudável. Em 2006, a área recebeu 7,6 mil contatos.

3.2.1.2 Fornecedores e Parceiros

O processo de compras no BB, no ano de 2006, era norteado pela Lei de Licitação 8.666/93, que estabelece:

Art. 1º: (...) normas gerais sobre licitações e contratos administrativos pertinentes a obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações e locações no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.
Parágrafo único - Subordinam-se ao regime desta Lei, além dos órgãos da administração direta, os fundos especiais, as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

No entanto, preocupado com o aprimoramento da sua relação com esse público, o Banco estabeleceu uma política adicional de relacionamento que torna transparente o que se espera de cada uma das partes, através da adoção de contratos que contemplam cláusulas específicas sobre a não utilização de trabalho infantil e trabalho forçado e priorização da realização dos processos de compras de bens e serviços por meio eletrônico – garantindo assim um processo mais democrático.

Adicionalmente, o Banco adotou o Acordo de Nível de Serviços – documento que visa assegurar o comprometimento mútuo em relação às obrigações estabelecidas nos contratos – e lançou um canal direto entre o BB e seus parceiros na Internet. Por meio dele, é possível conhecer, por exemplo, os pré-requisitos para se tornar um fornecedor e o regulamento das licitações realizadas pelo Banco (BB, 2006).

3.2.1.3 Clientes

Assim como o banco se preocupa com os clientes internos e seus fornecedores, é imprescindível a valorização de seus clientes, bem como ter as ações voltadas para esse público. A seguir observam-se as estratégias do banco nesse âmbito.

a) Estratégia Desenvolvimento Regional Sustentável (DRS)

O DRS é uma visão ampliada de fazer negócios financeiros, que inclui parcelas menos favorecidas da população e cria mercados alternativos futuros. Assim, o Banco do Brasil mobiliza agentes econômicos, políticos e sociais, e desempenha o papel de aglutinador de parcerias e indutor de desenvolvimento economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente correto, valorizando a cultura e o saber locais de brasileiros excluídos do sistema financeiro e do mercado.

No final de 2006, a estratégia DRS estava presente em 2,8 mil municípios, apoiando 230 mil famílias que contrataram R\$ 313,8 milhões em crédito.

b) Arranjos Produtivos Locais e Cooperativas de Crédito

Em dezembro de 2006, o BB atuava em 120 Arranjos Produtivos Locais (APL), prestando atendimento a mais de 6 mil empresas, às quais foram concedidos R\$ 698 milhões em empréstimos para capital de giro e para financiar investimentos. No exercício, foi lançado, ainda, o site APL no Portal BB, que traz informações, oferta de produtos e notícias de interesse das empresas que participam dos arranjos.

O Banco do Brasil vem ampliando sua participação também no segmento cooperativista de crédito. O Serviço de Integração Compe/SPB, por meio do qual as cooperativas têm acesso ao Sistema de Compensação de Cheques e Outros Papéis e ao Sistema de Liquidação de Pagamentos e Transferências, é um dos produtos para esse mercado. O serviço permite disponibilizar linhas de crédito e outros produtos bancários para cerca de 230 mil cooperados. Em 2006, 256 cooperativas de crédito singulares mantinham parceria com o BB via Sistema de Integração, um incremento de 15,3% em relação a 2005.

c) Produtos e Serviços com Atributos Socioambientais

O Banco oferece programas de financiamento relacionados ao desenvolvimento sustentável do País, como: BB Biodiesel, para produção, comercialização e uso do biodiesel como fonte de energia renovável, e BB Florestal, para ampliação da produção florestal. Esses programas movimentaram, em 2006, R\$ 120 milhões e R\$ 235 milhões, respectivamente.

O BB foi o primeiro banco a lançar um fundo de ações referenciado no Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bolsa de Valores de São Paulo (ISE). A carteira do BB Ações-ISE é composta por empresas que evidenciam as questões socioambientais nas suas práticas administrativas e negociais. Em 2006, o fundo apresentou retorno de 36,6%.

O BB Referenciado DI Social 200, por sua vez, destina 50% da taxa de administração para o apoio a ações sociais.

d) Inclusão Bancária

Impulsionado por novas oportunidades de mercado e também pelo anseio do Governo Federal de incentivar a inclusão bancária da população brasileira de menor renda, o Banco investiu na subsidiária integral Banco Popular do Brasil (BPB).

O BPB atua de forma massificada e com base tecnológica, no âmbito nacional, democratizando o acesso ao crédito.

A inclusão bancária contempla também as pessoas com deficiência. Os clientes com deficiência auditiva contam, desde dezembro, com acesso especial à Central de Atendimento do Banco do Brasil. O Banco tem seu portal na Internet preparado para o acesso às pessoas com deficiência visual e passou a oferecer, gratuitamente, certificado digital para que eles possam realizar suas transações bancárias com segurança.

3.2.1.4 Acionistas e Analistas de Mercado

Com as premissas de transparência e o acesso à informação, o Banco realizou nove reuniões com analistas do mercado de capitais nas regionais da Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (APIMEC). Foram realizadas outras 65 reuniões com investidores e analistas no Brasil, além de cinco conferências internacionais;

dois Road shows e sete eventos nos Estados Unidos e na Europa; além de oito teleconferências de resultado com analistas (quatro em português e quatro em inglês). No mês de novembro, o BB realizou, em São Paulo, o Encontro Nacional com Analistas e Investidores, que contou com 450 participantes presentes e 700 on-line.

Para facilitar o acesso à informação, o BB oferece para acionistas e investidores um canal virtual de relacionamento – a Sala do Acionista – onde é possível consultar, mediante informação de senha, a posição acionária, o histórico de rendimentos e a compra e venda de ações, entre outros dados relativos ao mercado de capitais e ao próprio Banco.

Em 2006, o Banco, juntamente com o BNDESPar e a Previ, realizou a Oferta Pública Secundária de Ações do BB. A operação, que elevou o volume de ações em circulação no mercado de 6,9% para 14,8%, permitiu a entrada do Banco no Novo Mercado da Bovespa, o segmento que reúne as empresas com as mais rigorosas práticas de governança corporativa.

3.2.1.5 Concorrentes

O relacionamento com os concorrentes é pautado pela ética e civilidade. O Banco do Brasil participa da diretoria e de comissões na Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN), entidade que busca a melhoria contínua da eficiência do sistema financeiro e das suas relações com a sociedade.

A Empresa também faz parte de Câmaras Técnicas do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável, que têm como objetivo integrar os princípios e práticas do desenvolvimento sustentável no contexto negocial, conciliando as dimensões econômica, social e ambiental.

3.2.1.6 Comunidade e Governo

Em 2006, o Programa Voluntariado BB capacitou 11,3 mil voluntários, entre funcionários ativos e aposentados, por meio dos cursos oferecidos pelo programa.

O envolvimento do Banco do Brasil no Fome Zero beneficiou mais de 3 milhões de pessoas, em cerca de 2,5 mil municípios desde o início do programa, reforçando seu papel

como agente de desenvolvimento. A principal contribuição do Banco ao programa é a estratégia DRS, que se soma a um conjunto de 43 ações coordenadas pela Empresa e pela Fundação Banco do Brasil, com foco na geração de trabalho e renda.

O Banco do Brasil faz, desde 2003, doações de parte do seu imposto de renda aos Fundos da Infância e Adolescência (FIA). Os fundos são geridos pelos Conselhos de Direito da Criança e do Adolescente, criados para financiar políticas sociais e ações de promoção e defesa dos direitos da criança e do adolescente. Em 2006, o BB doou R\$ 7,9 milhões para esses fundos.

As ações sociais também têm como foco os agricultores familiares. Em 2006, 39,9 mil agricultores foram beneficiados pelas linhas de crédito Pronaf B. Já as cadeias produtivas beneficiaram 91,6 mil pessoas, em diversas atividades como cadeia de recicláveis, caprinocultura, mandiocultura e artesanato.

Para promover a inclusão digital, foram instalados 1,7 mil pontos pelo Programa de Inclusão Digital do Banco do Brasil e 187 pelo Programa Estação Digital da Fundação Banco do Brasil, desde sua criação. Os pontos estão distribuídos em zonas rurais e urbanas e comunidades quilombolas.

a) Esporte e Cultura:

Há 15 anos, o BB patrocina o esporte brasileiro. Em 2006, R\$ 45,6 milhões foram investidos em marketing esportivo. Os investimentos foram:

- Patrocínio às Seleções Brasileiras de Vôlei;
- No vôlei de praia, o Circuito Banco do Brasil. Além disso, foi o Circuito BB que desenvolveu as principais inovações da categoria, como a realização de jogos noturnos e os torneios fora da praia;
- Patrocínio ao iatista Robert Scheidt, octacampeão mundial e bicampeão olímpico;
- Patrocínio ao futebol de salão, iniciado em 2006.

A contribuição do BB para o desenvolvimento do País também se dá por meio da cultura. Em 2006, o Banco investiu R\$ 31,3 milhões em mais de mil eventos culturais que atraíram 4 milhões de pessoas aos Centros Culturais (CCBB) e ao Circuito Cultural. No ano, 3,9 milhões de pessoas visitaram os Centros Culturais em eventos como exposições, cinema, teatro e dança.

Dentre outros projetos destacam-se:

- Programa Educativo desenvolvido pelos três CCBB e pelo Circuito Cultura, beneficiando 209 mil estudantes;
- Ações de incentivo à leitura e à erradicação da pobreza. Em 2006, R\$ 163,2 mil, relativos a 20% das bilheterias dos CCBB, foram repassados para programas e projetos do Governo Federal.

Além disso, os eventos de marketing esportivo e cultural geraram 8,3 mil empregos temporários e arrecadaram e distribuíram 142 toneladas de alimentos em 2006.

b) Fundação Banco do Brasil (FBB):

As ações da Fundação Banco do Brasil (FBB) baseiam-se na identificação das iniciativas que geram resultados efetivos, articulando parcerias e multiplicando soluções sustentáveis que promovam a transformação social das comunidades.

Em 2006, foram aplicados os investimentos de R\$ 43 milhões dos R\$ 114 milhões da FBB para atender ações dos programas de geração de trabalho e renda (Trabalho e Cidadania), de educação (BB Educar, AABB Comunidade, Projeto Memória, Estação Digital) e de incentivo à disseminação das tecnologias sociais (Banco de Tecnologias Sociais, Rede de Tecnologias Sociais). No Quadro 8, verificam-se o abrangem esses programas.

Programas	O que é
Trabalho e Cidadania	Destacam-se a cajucultura e a mandiocultura, no semi-árido; a fruticultura tropical, na região amazônica; e a reciclagem de resíduos, em centros urbanos.
BB Educar	Desde sua criação, em 1992, o programa BB Educar já alfabetizou 622,2 mil jovens e adultos. Em 2006, foram 65,8 mil alfabetizando.
AABB Comunidade	Esteve presente em 400 municípios em todo o Brasil. O número de crianças e adolescentes inscritos chegou a 52,8 mil e o de educadores, a 4 mil. A iniciativa propõe ações de atendimento a jovens de famílias de baixa renda por meio de atividades sócio-educativas, culturais, desportivas e de saúde.
Projeto Memória	O BB mostra ao público um importante nome da história do país. O projeto tem como objetivo resgatar a história, vida, obra e pensamento de brasileiros que contribuíram para a transformação social da Nação. A iniciativa conta com a parceria da Petrobrás e a Rede de Desenvolvimento Humano.
Estação Digital	Ele consiste em Estações Digitais implantadas nas comunidades que não têm acesso a essas tecnologias, em parceria com entidades locais e organizações do Terceiro Setor. Sempre que possível, busca o fortalecimento dessa ação integrando-a a outros programas já desenvolvidos pela Fundação.
Banco de Tecnologias Sociais	É um banco de dados que contempla informações sobre as tecnologias sociais certificadas no âmbito do Prêmio Fundação Banco do Brasil de Tecnologia Social, desde a primeira edição do prêmio em 2001 até hoje.. O Banco integra soluções que podem ser conhecidas e consultadas por tema, área de atuação, entidade executora, público-alvo, região, estado, problemas solucionados, municípios atendidos, recursos necessários para implementação, entre outros detalhamentos.
Rede de Tecnologias Sociais	Reúne, organiza, articula e integra um conjunto de instituições com o propósito de contribuir para a promoção do desenvolvimento sustentável mediante a difusão e a replicação em escala de Tecnologias Sociais.

Quadro 8: Programas da Fundação Banco do Brasil.

Fonte: Adaptado do Relatório de Sustentabilidade do Banco do Brasil, 2006.

O que se observa nesse Quadro 8 é que os programas realizados pela Fundação Banco do Brasil são diversificados, cobrindo diversas áreas, como esporte, tecnologia, cultura, educação, cidadania, ambiente, entre outras.

Seguindo essa linha, o Banco do Brasil investe também em ações ambientais, conforme mostrado a seguir.

3.2.1.7 Meio-Ambiente

Em 2006, entrou em vigor no Banco do Brasil a nova versão dos Princípios do Equador. O Banco aprovou a readesão ao novo documento que abrange projetos superiores a US\$ 10 milhões, assumindo uma série de compromissos para aprimorar o acompanhamento de projetos de investimento.

O Banco do Brasil tem reforçado seu apoio a empreendimentos, em especial àqueles relacionados à infra-estrutura e ao desenvolvimento do País, como os de ampliação da capacidade energética, de desenvolvimento de fontes alternativas de geração e co-geração de energia limpa; e de desenvolvimento do agronegócio e da indústria de transformação.

Uma parcela significativa desses projetos foi beneficiada por seu enquadramento como Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL), que é um mecanismo de flexibilização para auxiliar o processo de redução de emissão de gases do efeito estufa - GEE, amparados pelas previsões do Protocolo de Quioto (tratado internacional com compromissos rígidos para a redução dos gases GEE).

Para entender melhor, com a redução na emissão de gases nocivos, as empresas ganham créditos do carbono, que são vendidos no mercado internacional para empresas que não conseguiram alcançar a cota mínima de emissão de gases. Com valor monetário, esses créditos incentivam as empresas a reduzirem sua emissão de gases, contribuindo assim para o meio-ambiente e ganhando monetariamente (WIKIPEDIA, 2008).

Assim, no BB alguns já foram certificados e tiveram a oportunidade de comercializar os créditos obtidos, melhorando sua rentabilidade e seu retorno e incentivando novos investimentos. Para os processos de certificação de projetos e comercialização dos créditos de carbono, o BB desenvolveu e está implementando um modelo específico de negócios, que conta com alianças e parcerias estratégicas.

O BB apóia, ainda, desde 2005, o pedido de abertura de informações sobre a emissão de gases de efeito estufa enviado às 500 maiores empresas do mundo – Carbono Disclosure Project. A iniciativa conta com apoio do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente.

Em 2006, o Banco do Brasil aprovou a implementação do Programa de Ecoeficiência, com o objetivo de reduzir os custos operacionais e o impacto no meio ambiente, por meio do monitoramento e da avaliação sistemática e documentada do consumo de insumos e da destinação de resíduos resultantes do seu processo produtivo.

As iniciativas do programa abrangem as ações já em andamento na Organização, como os programas de Racionalização do Consumo de Energia Elétrica; de Redução do Consumo de Água; de Recondicionamento de Cartuchos de Toner; e o programa Nacional de Racionalização de Impressão.

4 ANÁLISE COMPARATIVA

Pensar de forma socialmente responsável significa garantir uma gestão mais consciente, uma gestão que valoriza a ética e a transparência. Significa buscar algo que vai além do progresso e do desenvolvimento institucional; visa atingir o desenvolvimento sustentável da empresa, promovendo mudanças sociais e culturais que contribuirão para a construção de uma sociedade mais justa e solidária.

A expansão do mercado financeiro é evidente. Segundo a FEBRABAN (2007), são 74 milhões de correntistas, 68 milhões de poupadores e 30 bilhões de transações por ano. E os canais de atendimento somam mais de 99 mil pontos de atendimento e 141 mil caixas eletrônicos.

O mercado está cada vez mais competitivo e somente sobrevivem os que mantêm qualidade e tecnologia. O relacionamento com os clientes, segundo Matias (2007), é marcado pela busca da excelência. "A competitividade numa empresa prestadora de serviços passa pela qualidade do atendimento e pelo nível de respeito ao consumidor."

Independentemente dessas preocupações, há controles externos à atividade bancária, tanto por parte do Banco Central – BACEN quanto da mídia e da própria sociedade. Assim, é importante que se analise o desempenho do BESC perante seu principal concorrente no Sistema Financeiro.

Para realizar a comparação entre o Banco do Estado de Santa Catarina S/A e o Banco do Brasil S/A, é necessário primeiramente que se admitam limitações, visto tratar-se de instituições que não atuam em mercados homogêneos nem são do mesmo porte. O BESC é um banco público regionalizado, enquanto que o Banco do Brasil é uma instituição que atua além do Estado de Santa Catarina, inclusive no exterior.

Em questão de números, o BESC e BB tiveram um bom desempenho em seus mercados: o BESC, dentro de Santa Catarina, como um banco presente em todas as praças e o BB, como o maior banco no mercado brasileiro.

Comparando os balanços sociais das duas entidades, com base em suas Folhas de Pagamento Bruta (FPB) e Resultado Operacional (RO), foram calculados os percentuais comparativos, conforme Tabela 1.

<i>Indicadores</i>	<i>BESC</i>	<i>BB</i>	<i>BESC</i>	<i>BB</i>
Indicadores Sociais Internos	Valor (mil R\$)		% sobre FPB	
Alimentação	25.354	606.990	17,14%	8,64%
Encargos sociais compulsórios	28.821	1.550.902	19,49%	22,08%
Previdência privada	4.667	460.882	3,16%	6,56%
Saúde	3.740	402.168	2,53%	5,73%
Segurança e medicina no trabalho	0	26.932	0,00%	0,38%
Educação	2.817	0	1,90%	0,00%
Cultura	0	0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	1.547	62.726	1,05%	0,89%
Creches ou auxílio-creche	762	36.937	0,52%	0,53%
Participação nos lucros ou resultados	0	773.098	0,00%	11,01%
Outros	2.892	0	1,96%	0,00%
Total - Indicadores Sociais Internos	70.600	3.920.635	47,73%	55,82%
Indicadores Sociais Externos	Valor (mil R\$)		% sobre RO	
Educação	0	20.900		0,35%
Cultura	0	31.324		0,52%
Esporte	0	45.600		0,75%
Combate à fome e segurança alimentar	0	1.802.180		29,82%
Outros	613	7.901	0,90%	0,13%
Total das contribuições para a Sociedade	613	1.907.905	0,90%	31,57%
Tributos (excluídos encargos sociais)	44.621	1.321.142	65,22%	21,86%
Total Indicadores Sociais Externos	45.234	3.229.047	66,11%	53,43%
Indicadores Ambientais	Valor (mil R\$)		% sobre RO	
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0	38	0,00%	0,00%
Total dos Investimentos em Meio Ambiente	0	38	0,00%	0,00%

Tabela 1: Comparativo de Balanços Sociais 2006.

Fonte: Adaptado dos Balanços Sociais BESC e BB (2006)

Como se observa, os valores brutos do Banco do Brasil são maiores comparados ao do BESC, porém vale lembrar que a estrutura dos bancos não é similar: o BESC tem quarenta e tantos anos e o BB tem 200 anos; um atua quase que exclusivamente no solo catarinense e o outro, em todo o país e até fora dele. Assim, os números absolutos não servem como parâmetros de comparação, porém os seus percentuais sobre a Folha de Pagamento e sobre o Resultado Operacional são significativos.

Na Tabela 1, de um modo geral, verifica-se que os percentuais se mostram equilibrados, não sofrendo grandes variações. Para o BESC, os gastos com Alimentação (17,14%) e com Encargos Compulsórios (19,49%) foram os mais expressivos no âmbito de indicadores sociais internos, enquanto que para o BB foram, além dos Encargos Compulsórios (22,08%), a Participação nos Resultados (11,01%). O BESC está impedido de oferecer

Participações nos Resultados. O BESC não investiu em Segurança e Medicina do Trabalho, enquanto que o BB não investiu em Educação.

No que diz respeito aos indicadores sociais externos, o BESC obteve pouca participação se comparado ao BB. Foram apenas 0,9% de seu Resultado Operacional e em apenas um ponto pouco esclarecido. Já o BB investiu em Educação, Cultura e Esporte, mas principalmente no Combate à Fome, com 29,82%. Já em Tributos, o BESC superou o BB. Foram 65,22% contra 21,86% do BB. Isso mostra que a maior parte dos gastos representativos do Resultado Operacional foi para os Tributos. Em questões ambientais, somente o BB apresentou resultados.

Não basta apenas analisar números e percentuais, pois a responsabilidade social se faz com ações e por isso há a necessidade de realizar uma análise qualitativa. No Quadro 9, apresentam-se as ações de cada instituição para que se possam visualizar melhor as ações implementadas durante o ano de 2006.

Tema	BESC	BB
Pessoas	<ul style="list-style-type: none"> - Elevação piso salarial à FENABAN - Ascensão das mulheres em postos de destaque (aumento de 22% para 30%). - 3.142 funcionários, sendo 1.968 homens (63%) e 1.174 mulheres (37%) - 15.003 treinamentos individuais de empregados, - Gestão Bancária à distância - Curso permanente para formação de caixas - Revisão e reestruturação das funções comissionadas - Jovem Aprendiz / Estágio - Portadores com Necessidades Especiais - Capacitação em RSE 	<ul style="list-style-type: none"> - 82,7 mil funcionários, 64,2% homens e 35,8% mulheres; - Gestão do Desempenho Profissional e Educação - Estágio / Adolescente Trabalhador - Saúde e Previdência - Ouvidoria Interna
Fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> - Critérios de Seleção e avaliação 	<ul style="list-style-type: none"> - Política adicional de relacionamento; - Acordo de Nível de Serviços - Canal direto entre o BB e seus parceiros na Internet
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Política de comunicação comercial - Apoio a projetos - Crédito e Desenvolvimento Regional - Minha Casa, Meu Negócio 	<ul style="list-style-type: none"> - Estratégia Desenvolvimento Regional Sustentável (DRS) - Arranjos Produtivos Locais e Cooperativas de Crédito - Produtos e Serviços com Atributos Socioambientais - Inclusão Bancária
Acionistas		<ul style="list-style-type: none"> - Reuniões, conferências internacionais, eventos, teleconferências - Canal virtual de relacionamento – a Sala do Acionista - Oferta Pública Secundária de Ações do BB
Concorrentes		<ul style="list-style-type: none"> - Participa da Diretoria e de comissões na Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN), - Faz parte de Câmaras Técnicas do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável

Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> - Vassouras Ecológicas - Inclusão de Pessoas com Necessidades Especiais - Plantando Conhecimento / Cozinha Comunitária - Bibliotecas Rurais - Educação e Ecologia - Espaço para a Diversidade - Parceiro do Comitê Fome Zero - Rede Popular de Inclusão Digital - Educação <ul style="list-style-type: none"> - Investimentos em Eventos (Feira da Esperança, Festa do Pinhão, ACATS, Apoio aos Aposentados, Força do Campo) 	<ul style="list-style-type: none"> - Fome Zero - Doações de parte do seu imposto de renda aos Fundos da Infância e Adolescência (FIA). - Inclusão digital - Patrocínio às Seleções Brasileiras de Vôlei - Patrocínio ao iatista Robert Scheidt - Patrocínio ao futebol de salão - Mais de mil eventos culturais nos Centros Culturais (CCBB) e Circuito Cultural - Ações de incentivo à leitura e à erradicação da pobreza. - Fundação Banco do Brasil (FBB): programas de geração de trabalho e renda (Trabalho e Cidadania), de educação (BB Educar, AABB Comunidade, Projeto Memória, Estação Digital) e de incentivo à disseminação das tecnologias sociais (Banco de Tecnologias Sociais, Rede de Tecnologias Sociais).
Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> - Utilização racional da energia e água - Projeto-piloto do Programa de Reciclagem Total e Economia de Energia do BESC - Recuperando a Mata Ciliar - Papel Reciclado 	<ul style="list-style-type: none"> - Nova versão dos Princípios do Equador - Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (protocolo de Quioto e créditos do carbono) - Programa de Ecoeficiência - Racionalização do Consumo de Energia Elétrica - Redução do Consumo de Água - Recondicionamento de Cartuchos de Toner - Programa Nacional de Racionalização de Impressão.

Quadro 9: Comparativo de Ações de Responsabilidade Social BESC e BB em 2006.

Fonte: Adaptado dos Relatórios Sociais BESC e BB (2006)

Na esfera dos investimentos em pessoas, os dois bancos apresentam ações similares, com investimentos voltados para a capacitação, desenvolvimento profissional, incentivo ao jovens trabalhadores e estágios, além de benefícios ao trabalhador. Já quanto às ações voltadas para os fornecedores, acionistas e concorrentes, o Banco do Brasil está um passo à frente do BESC. As ações do BESC nessas áreas foram mínimas, quando não inexistentes, enquanto o Banco do Brasil procurou investir na política de relacionamento com clientes, concorrentes, fornecedores e acionistas, estes últimos através de vários eventos, conferências, reuniões, congressos, enfim, buscou transparência e coerência em suas ações.

As ações relacionadas com a comunidade, feitas pelos bancos foram de formas diversificadas, apresentando recursos aplicados nos mais variados projetos, desde patrocínios ao esporte e cultura, como também eventos e educação, através do incentivo à leitura e aprendizado. Entre as ações equivalentes protagonizadas pelas duas instituições destacam-se sua atuação no Fome Zero e Inclusão Digital.

Na questão ambiental, conforme o Quadro acima, percebe-se que ambos procuram incentivar a racionalização dos recursos, como consumo de água, energia e papel. O Banco do

Brasil tem um ponto à frente pelo fato de investir em Créditos do Carbono, incentivando outros a reduzir a emissão de gases nocivos.

De um modo geral, o Banco do Estado de Santa Catarina S/A e o Banco do Brasil S/A norteiam suas estratégias para o desenvolvimento sustentável no mercado em que atuam: o BESC especificamente em Santa Catarina e o BB com ações mais globais, envolvendo o Brasil todo e até mesmo fora dele. Porém, ambos demonstram preocupação em melhorar seus atos, agindo de forma transparente e ética, bem como socialmente responsável.

Esses bancos seguem uma tendência do setor em investir em Responsabilidade Social Empresarial. Conforme o Relatório Social 2006 da FEBRABAN, “a atuação sustentável dos bancos está alinhada aos valores que preconizam, praticam no seu dia-a-dia e estão disseminados dentro das organizações e também entre os públicos de interesse, como clientes e fornecedores”.

Ainda segundo o relatório, esses princípios estimulam o comportamento responsável de todos, comprovando o compromisso com o desenvolvimento e a criação de valor para toda a sociedade, direta ou indiretamente.

5 CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

A responsabilidade social não pode ser reduzida a mais uma nova e inovadora ferramenta de marketing, pela qual as empresas procuram realizar ações voltadas para o social com o objetivo intrínseco de promover publicidade e garantir mais uma fatia de mercado. A responsabilidade social, num sentido mais amplo, tem que ser vista como uma nova modelagem de gestão, pela qual as organizações buscam a excelência nos negócios de uma forma completa, através de atitudes que incorporem sua missão, planejamento e decisões.

A empresa, como um objeto da sociedade, tem a obrigação de contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade, pois é dela que dependem seus negócios, sendo que o consenso atual é que a gravidade dos problemas sociais não pode mais passar despercebida, e as organizações, como parte integrante da sociedade, têm que fazer sua parte.

A realização desta pesquisa mostrou grande diversidade de dados e informações, tanto na pesquisa bibliográfica, como no estudo de caso. O tema Responsabilidade Social envolve tanto fatores financeiros quanto a imagem da entidade, qualidade ambiental e a equidade social, assuntos esses em destaque e de interesse na atualidade, ainda mais quando relacionados a Instituições Financeiras que, ao longo dos anos, sempre foram vistas como figuras impassíveis e extremamente capitalistas.

O presente estudo procurou mostrar as ações de responsabilidade social do Banco do Estado de Santa Catarina S/A, comparativamente com as ações de outra Instituição Financeira, neste caso, o Banco do Brasil S/A, por ser o maior banco atuante no mercado brasileiro, por ser público e pela nova situação de incorporação que ambos estão sofrendo.

Com a pesquisa foi possível evidenciar a dimensão da responsabilidade social e ambiental, inserida no paradigma de gestão organizacional do BESC e do BB. Percebeu-se uma preocupação constante das instituições em direcionar suas ações de forma sustentável, consolidando o desenvolvimento sócio-econômico através de ações em diversas áreas, a fim de assegurar uma boa qualidade de vida às gerações presentes e futuras.

Verificou-se neste trabalho que o BESC, apesar de ser um banco com características um pouco diferentes das de seu concorrente por ser regionalizado e por ter suas atividades restritas, apresentou resultados satisfatórios, com percentuais próximos e, em algumas situações, até superiores aos do Banco do Brasil. Em 2006, o banco começou a estruturar as ações de Responsabilidade Social, até então realizadas sem controle e sem indicadores, lançando o seu primeiro Relatório Social. Desde então iniciou estratégias para a divulgação,

transparência e coerência de suas ações. Já o Banco do Brasil, entidade há muito mais tempo no mercado e que não possui os gravames que o BESC apresenta, já vem atuando no plano social há muito tempo. É uma das instituições financeiras que mais apresenta atividades na área, perdendo somente para o banco Bradesco.

Assim, como parâmetro de comparação, não havia instituição melhor do que o Banco do Brasil para tal efeito, mostrando-se o BESC satisfatório em suas ações de Responsabilidade Social, visto o porte e situação de seu concorrente.

Diante de tais considerações, o BESC também tem desempenhado um importante papel no plano social. Além dos diversos projetos desenvolvidos junto à comunidade, mais comuns entre as empresas, existe uma responsabilidade intensa voltada aos seus funcionários.

Desta forma, é possível concluir que o BESC está buscando, a cada dia, ter a responsabilidade social integrada a toda a sua rede de relacionamentos (stakeholders), conduta esta que caracteriza a organização como socialmente responsável. Não basta ocasionalmente ajudar a sociedade, fazendo filantropia ou apenas investimentos sociais; o conceito de responsabilidade social tem que estar inserido na filosofia da organização como um todo.

Atualmente, poucos clientes ainda optam por uma empresa ou instituição financeira pelos seus investimentos no campo social, mesmo assim, a Responsabilidade Social é muito importante para uma boa imagem corporativa. Mesmo que a empresa não procure investir no campo social visando ao lucro, é este que lhe possibilita uma gestão responsável.

A Gestão de Responsabilidade Social ainda não é um item obrigatório nas organizações, porém, com o movimento de adoção crescente dessas práticas não vai demorar muito para isso acontecer. Surgindo as necessidades as normas serão também adequadas.

Embora já haja diversos exemplos de práticas de gestão socialmente responsável, a inserção da sustentabilidade e responsabilidade social nas práticas diárias de gestão ainda representa um grande desafio para grande parte da comunidade empresarial brasileira.

Com vistas a complementar os estudos aqui iniciados, recomenda-se que novas pesquisas sejam realizadas, contemplando assuntos como:

- A evolução da Responsabilidade Social no Banco BESC;
- Comparativo entre os Balanços Sociais dos principais bancos do mercado brasileiro;
- Avaliação do nível de divulgação e conhecimento das ações de Responsabilidade Social no banco BESC;
- Avaliação do nível de satisfação da cadeia de valor do setor;

- A importância do projeto de obrigatoriedade do Balanço Social;
- Comparativo da Demonstração do Valor Adicionado dos bancos.

Por fim, espera-se que cada vez mais a sociedade e as empresas atuem de forma sinérgica no desenvolvimento sustentável, procurando sempre ampliar as ações voltadas para a dimensão social a fim de minimizar os problemas da sociedade, sejam eles sociais ou ambientais.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. **Normas e certificações**. Disponível em <http://www.abnt.org.br>. Acesso em 30 de junho de 2007.

BANCO CENTRAL DO BRASIL – BACEN. **Relatório Bancário**. Disponível em http://www.relatoriobancario.com.br/noticias/noticias_ranking_mar_2007.html. Acesso em 01 de dezembro de 2007.

BANCO DO BRASIL – BB. **Relatório de Sustentabilidade**. Disponível em <http://www.bb.com.br>. Acesso em 11 de abril de 2008.

BANCO do Estado de Santa Catarina – BESC S/A. **Políticas de Responsabilidade Social**. Florianópolis: BESC, 2006.

_____. **Relatório de Gestão 2006: Sistema Financeiro BESC**. Florianópolis: BESC, 2006.

_____. **Relatório Social 2006**. Florianópolis: BESC, 2006.

_____. **Regimento Interno do Comitê de Responsabilidade Social Empresarial**. Florianópolis: BESC, 2006.

BORGER, F. G. **Considerações Teóricas sobre a Gestão da Responsabilidade Social Empresarial**. Disponível em www.ethos.org.br. Acesso em 04 de julho de 2007.

BRASIL. **Lei 8.666/93**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em 21 de abril de 2008.

BSD Brasil. **AA1000: Estrutura de gestão da responsabilidade social corporativa**. São Paulo: BSD Brasil, 2003.

BOVESPA. **Índice de Sustentabilidade Empresarial**. Disponível em <http://www.bovespa.com.br>. Acesso em 08 de julho de 2007.

BUFFARA, L. C. B. **Desenvolvimento sustentável e responsabilidade social: um estudo de caso no grupo O Boticário**. 2003. 144f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

CLICK RIOMAFRA. **Notícias**. Disponível em <http://www.clickriomafra.com.br/noticias/riomafra/474.asp>. Acesso em 09 de abril de 2008.

COLAUTO, R. D.; BAUREN, I. M. **Coleta, Análise e Interpretação dos Dados**. In: Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade – Teoria e Prática. Ilse Maria Beuren, organizadora. 3 ed. Florianópolis: Atlas, 2006.

CONSELHO Empresarial Brasileiro para Desenvolvimento Sustentável. – CEBDS. **Instituições Financeiras**. Disponível em <http://www.cebds.org.br>. Acesso em 05 de julho de 2007.

COOPERATIVA Social de Pais, Amigos e Portadores de Deficiência (COEPAD). **Institucional**. Disponível em <http://www.coepad.com.br>. Acesso em 05 de abril de 2008.

DARCY, S. **A Responsabilidade Social e Ambiental dos Bancos**. In: Seminário de Responsabilidade Social e Ambiental dos Bancos. São Paulo, FEBRABAN, 2007.

DIEESE. **Normas de Responsabilidade Social da ISO e da ABNT: subsídios para o movimento sindical**. Nota Técnica, nr 29, jul-2006.

DURÃO, J. V. **Perfil e Panorama Atual da Responsabilidade Social Empresarial: Uma análise da indústria paulista**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

FEDERAÇÃO Brasileira das Associações de Bancos – FEBRABAN. **Instituições Financeiras**. Disponível em <http://www.febraban.org.br>. Acesso em 08 de julho de 2007.

FONTES, M. **Social não é gasto nem custo, é investimento**. Disponível em <http://www.responsabilidade.com>. Acesso em 25 de maio de 2007.

FUNDAÇÃO Pauli Madi. **Plantando Vida**. Disponível em <http://www.paulimadi.com.br>. Acesso em 10 de abril de 2008.

FURLANI, J. R. de A. **Como funciona o Sistema Financeiro Nacional**. Programa de Educação Financeira. Brasília: Banco Central do Brasil, 2007.

HSBC. **Princípios do Equador**. Disponível em <http://www.hsbc.com.br/sobre-hsbc/responsabilidade-social/principios-do-equador.shtml>. Acesso em 8 julho de 2007.

INSTITUTO ETHOS. Disponível em <http://www.ethos.org.br>. Acesso em 30 de março de 2007.

INSTITUTO DE PESQUISA Econômica Aplicada - IPEA. **Pesquisa: Ação Social das Empresas**. Disponível em <http://www.ipea.gov.br>. Acesso em 12 de fevereiro de 2008.

GRÜNINGER, B.; OLIVEIRA, F. I. **Normas e Certificações: Padrões para a Responsabilidade Social das Empresas**. São Paulo: B&SD Ltda, fev 2002.

MACEDO, L. C. de. **A prática da responsabilidade social no setor varejista brasileiro**. 2005. 100 f. Monografia de Especialização – Curso de Pós-Graduação em Gestão de Iniciativas Sociais do Programa de Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

MATIAS, A. J. **Seminário de Responsabilidade Social**. Disponível em <http://www.febraban.com.br>. Acesso em 19 de dezembro de 2007.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

PORTAL MDA. **Arca das Letras.** Disponível em <http://www.mda.gov.br>. Acesso em 09 de abril de 2008.

PORTAL RESPONSABILIDADE SOCIAL.COM. disponível em <http://www.responsabilidadesocial.com>. Acesso em 30 de março de 2007.

PREFEITURA Municipal de Lages. **Minha Casa, Meu Negócio.** Disponível em <http://www.lages.sc.gov.br>. Acesso em 09 de março de 2008.

REIS, C. N. dos.; MEDEIROS, L. E. **Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social.** São Paulo: Atlas, 2007.

RIBEIRO, T. P. G. **A importância das normas para a prática da Responsabilidade Social: estudo de caso com a GS1 Brasil.** 2006. 93 f. Monografia de Especialização – Curso de Pós-Graduação em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

SANTOS, M. A. dos. **Empresas, meio ambiente e Responsabilidade Social - Um olhar sobre o rio de janeiro.** Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003.

SILVA, E. L. da. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação.** 3 ed rev. atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

SOUZA, P. C. de; SOARES, F. G. **Responsabilidade Socioambiental.** Brasília: UnB, 2006.

TENÓRIO, F. G. *et al.* **Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática.** 2ª ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

TORRES, C. **Um pouco da história do Balanço Social.** Disponível em <http://www.balancosocial.org.br>. Acesso em 23 de maio de 2007.

UNIETHOS. Disponível em <http://www.uniethos.org.br>. Acesso em 28 de abril de 2007.

URSINI, T. R.; BRUNO, G. O. **A Gestão para a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável.** Revista Fundação de Apoio à Tecnologia – FAT. São Paulo: Ethos, mar/abr/mai-2005.

WIKIPÉDIA. **Wikipédia, a enciclopédia livre.** Disponível em <http://pt.wikipedia.org>. Acesso em 27 de junho de 2007.

ANEXOS

Balço Social Anual / 2006

Empresa:

1 - Base de Cálculo	2006 Valor (Mil reais)			2005 Valor (Mil reais)		
Receita líquida (RL)	827.771			907.110		
Resultado operacional (RO)	68.418			65.620		
Folha de pagamento bruta (FPB)	147.901			209.086		
2 - Indicadores Sociais Internos	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	25.354	17,14%	3,06%	21.061	10,07%	2,32%
Encargos sociais compulsórios	28.821	19,49%	3,48%	27.324	13,07%	3,01%
Previdência privada	4.667	3,16%	0,56%	4.734	2,26%	0,52%
Saúde	3.740	2,53%	0,45%	3.721	1,78%	0,41%
Segurança e saúde no trabalho	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Educação	2.817	1,90%	0,34%	2.848	1,36%	0,31%
Cultura	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	1.547	1,05%	0,19%	1.037	0,50%	0,11%
Creches ou auxílio-creche	762	0,52%	0,09%	547	0,26%	0,06%
Participação nos lucros ou resultados ¹	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Outros	2.892	1,96%	0,35%	3.002	1,44%	0,33%
Total - Indicadores sociais internos	70.600	47,73%	8,53%	64.274	30,74%	7,09%
3 - Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	0	0,00%	0,00%	80	0,12%	0,01%
Cultura	0	0,00%	0,00%	319	0,49%	0,04%
Saúde e saneamento	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Esporte	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Combate à fome e segurança alimentar	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Outros	613	0,90%	0,07%	541	0,82%	0,06%
Total das contribuições para a sociedade	613	0,90%	0,07%	940	1,43%	0,10%
Tributos (excluídos encargos sociais)	44.621	65,22%	5,39%	50.906	77,58%	5,61%
Total - Indicadores sociais externos	51.519	75,30%	6,22%	51.846	79,01%	5,72%
4 - Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Total dos investimentos em meio ambiente	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	(x) cumpre de 0 a 50 %		() não possui metas () cumpre de 51 a 75% () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100%			
5 - Indicadores do Corpo Funcional	2006			2005		
Nº de empregados(as) ao final do período	3.142			3.048		
Nº de admissões durante o período	614			648		
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	0			0		
Nº de estagiários(as)	591			592		
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	756			sem informação		
Nº de mulheres que trabalham na empresa	1.174			1.082		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	30%			sem informação		
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	47			sem informação		
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	0,20%			sem informação		
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	38			sem informação		
6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2006			Metas 2007		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	12			10		
Número total de acidentes de trabalho	25			0		
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	() direção	(x) direção e gerência	() todos(as) empregados(as)	() direção	(x) direção e gerências	() todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	(x) direção e gerência	() todos(as) empregados(as)	(x) todos (as) + Cipa	(x) direção e gerência	() todos(as) empregados(as)	(x) todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	() não se envolve	() segue as normas da OIT	(x) incentiva e segue a OIT	() não se envolverá	() seguirá as normas da OIT	(x) incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	() direção	() direção e gerências	(x) todos (as) empregados (as)	() direção	() direção e gerências	(x) todos(as) empregados(as)
A participação dos lucros ou resultados contempla:	() direção	() direção e gerências	() todos(as) empregados(as)	() direção	() direção e gerências	() todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	() não são considerados	(x) são sugeridos	() são exigidos	() não serão considerados	(x) serão sugeridos	() serão exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	() não se envolve	(x) apóia	() organiza e incentiva	() não se envolverá	(x) apoiará	() organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa 676	no Procon 74	na Justiça 457	na empresa ND	no Procon ND	na justiça ND
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa sem informação	no Procon sem informação	na justiça sem informação	na empresa 0	no Procon 0	na justiça 0
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2006: 367.350			Em 2005: 395.084		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	19,28% governo 0,00% acionistas	58,81% colaboradores(as) 2,51% terceiros	19,40% retido	19,26% governo 0,00% acionistas	63,31% colaboradores(as) 2,31% terceiros	15,12% retido
7 - Outras Informações	¹ O Sistema Financeiro Besc está impossibilitado de distribuir aos seus colaboradores lucros ou resultados.					

Balanço Social Anual / 2006

1 - Base de Cálculo	2006 Valor (Mil reais)			2005 Valor (Mil reais)		
Receita líquida (RL)	61.014.301			56.131.167		
Resultado operacional (RO)	6.043.777			4.153.602		
Folha de pagamento bruta (FPB)	7.024.235			6.985.517		
2 - Indicadores Sociais Internos	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	606.990	8,64%	0,99%	574.641	8,23%	1,02%
Encargos sociais compulsórios	1.550.902	22,08%	2,54%	1.526.604	21,89%	2,72%
Previdência privada	460.882	6,56%	0,76%	528.833	7,57%	0,94%
Saúde	402.168	5,73%	0,66%	379.172	5,43%	0,68%
Segurança e saúde no trabalho (1)	26.932	0,38%	0,04%	9.212	0,13%	0,02%
Educação	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Cultura	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional (2)	62.726	0,89%	0,10%	103.259	1,48%	0,18%
Creches ou auxílio-creche	36.937	0,53%	0,06%	34.586	0,50%	0,06%
Participação nos lucros ou resultados	773.098	11,01%	1,27%	530.992	7,60%	0,95%
Outros	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Total - indicadores sociais internos	3.657.909	54,92%	6,32%	3.689.499	52,82%	6,57%
3 - Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	20.900	0,35%	0,03%	26.595	0,64%	0,05%
Cultura	31.324	0,52%	0,05%	44.465	1,07%	0,08%
Saúde e saneamento	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Esporte	45.600	0,75%	0,07%	43.800	1,05%	0,08%
Combate à fome e segurança alimentar (3)	1.802.180	29,82%	2,95%	143.345	3,45%	0,26%
Outros (Fundos da Infância e Adolescente - FIA)	7.901	0,13%	0,01%	5.187	0,12%	0,01%
Total das contribuições para a sociedade	1.907.905	31,57%	3,13%	256.205	6,22%	0,46%
Tributos (excluídos encargos sociais)	1.321.142	21,86%	2,17%	4.274.301	102,91%	7,61%
Total - indicadores sociais externos	3.229.047	53,43%	5,29%	4.532.506	109,12%	8,07%
4 - Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	38	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Total dos investimentos em meio ambiente	38	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa:	<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input checked="" type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%			<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input checked="" type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%		
5 - Indicadores do Corpo Funcional	2006			2005		
Nº de empregados(as) ao final do período	82.672			83.751		
Nº de admissões durante o período	2.843			7.835		
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	5.999			6.433		
Nº de estagiários(as)	9.947			10.363		
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	24.452			24.590		
Nº de mulheres que trabalham na empresa	29.637			29.807		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	28,42%			26,54%		
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	16.964			14.377		
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	18,89%			15,70%		
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	1.473			1.437		
6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2006			Metas 2007		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	18,6x			18,6x		
Número total de acidentes de trabalho (4)	641			606		
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" 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)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) + Cipa	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input checked="" 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
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" 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 participação dos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input checked="" type="checkbox"/> apoiará	<input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as): (5)	na empresa 222.524	no Procon 182	na Justiça 20.696	na empresa 222.524	no Procon 182	na Justiça 20.696
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa 100%	no Procon 100%	na Justiça 35,81%	na empresa 100%	no Procon 100%	na Justiça 100%
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2006: 16.012.502			Em 2005: 16.434.489		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	14,03 % governo 46,23 % colaboradores(as) 15,1 % acionistas 0 % terceiros 22,64 % retido			31,42 % governo 43,31 % colaboradores(as) 9,12 % acionistas 0 % terceiros 16,15 % retido		