

ARNALDO DE JESUS GUIMARÃES FILHO

**AS VÁRIAS FORMAS ORGANIZACIONAIS DE ATUAÇÃO EM
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E SEUS IMPACTOS INTERNOS
NAS ORGANIZAÇÕES – OS GRANDES BANCOS NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado de Sistema de Gestão da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre em Sistema de Gestão. Área de Concentração: Responsabilidade Social e Sustentabilidade

ORIENTADOR: EDUARDO RODRIGUES GOMES, Ph.D.

NITERÓI

2008

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

ARNALDO DE JESUS GUIMARÃES FILHO

**AS VÁRIAS FORMAS ORGANIZACIONAIS DE ATUAÇÃO EM
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E SEUS IMPACTOS INTERNOS
NAS ORGANIZAÇÕES – OS GRANDES BANCOS NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado de Sistema de Gestão da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre em Sistema de Gestão. Área de Concentração: Responsabilidade Social e Sustentabilidade

Aprovada em 24 de outubro de 2008

BANCA EXAMINADORA

Eduardo Rodrigues Gomes, Ph.D.
Universidade Federal Fluminense

Emmanuel Paiva de Andrade, D.Sc
Universidade Federal Fluminense

Letícia Helena Medeiros Veloso, Ph.D.
Escola Superior de Propaganda e Marketing

Niterói

2008

DEDICAÇÃO

Dedico este trabalho, à pessoa que mais me incentivou em minha longa caminhada. Além do indispensável incentivo, substituiu-me na importante tarefa de cuidar nos mínimos detalhes da criação e educação de meus queridos filhos Ana Paula e Arnaldo Netto. Nada teria feito sem a participação ativa de minha mulher, confidente, amiga e parceira de todos os momentos de minha vida profissional e acadêmica.

À MARIA OLÍVIA meu eterno e fraterno agradecimento.

RESUMO

Este trabalho tem o propósito de divulgar pesquisa efetuada sobre os impactos internos das várias formas organizacionais de atuação em Responsabilidade Social Corporativa (RSC) dos grandes Bancos estabelecidos no Brasil. Objetivou-se, também, identificar as principais motivações dos Bancos em atuar nessa área. O foco deste trabalho é verificar se a literatura existente sobre o assunto, confirma os impactos internos na empresa, das várias formas de atuação e, possuiu como objetivo principal, apontar as vantagens e desvantagens de cada alternativa, procurando contribuir para se definir com mais objetividade qual é a forma mais eficiente e mais eficaz para as empresas atuarem em Responsabilidade Social Corporativa. Para tanto, pesquisamos a evolução do movimento pela Responsabilidade Social Corporativa no Brasil, identificamos a participação específica do setor bancário no movimento de RSC e as justificativas por parte dos bancos para adesão e a manutenção dos investimentos em ações sociais. Hoje já não basta o compromisso da empresa com ações de responsabilidade social, digamos, extra-muros. É preciso agregar o compromisso com a gestão dos negócios. Práticas corporativas irresponsáveis, ou não éticas têm como consequência o agravamento das condições de vida do planeta e toda sua forma de vida e ainda coloca em risco a sustentabilidade da própria empresa. A Responsabilidade Social Corporativa vai, portanto, muito além da doação ou financiamento de projetos sociais. Nesse contexto, um segmento econômico muitas vezes estigmatizado – os bancos – tem se destacado. Estudar este setor é importante, por seu poder econômico, potencial de investimentos e sua capilaridade e muito especialmente por ser um segmento que pode ser definidor e multiplicador de práticas sociais bem sucedidas.

PALAVRAS CHAVE: responsabilidade social corporativa, formas de atuação, impactos internos

ABSTRACT

This work aims at disseminating research on the internal impacts of various organizational forms of action in Corporate Social Responsibility (CSR) of the main Banks established in Brazil. It also aims at identifying the principal motivating factors of the banks acting in this area. The focus of this work is to verify if existing literature on the subject confirms the internal effects on the company, in its various forms of action, and has as its principal objective the identification of the advantages and disadvantages of each alternative, aiming at defining with more objectivity the most effective and efficient way for companies to act with CSR. Therefore, we researched the development of the CSR movement in Brazil. We identified the specific participation of the banking sector in the movements or CSR and the reasons for banks to join and maintain investments in social causes. Today the commitment to actions of social responsibility is not enough. It is necessary to combine the commitment with business management. Irresponsible or unethical business practices lead to the deterioration of living conditions on the planet and of all life forms, and also puts the sustainability of the company at risk. CSR is much more than donations or financing social projects. In this context an economic sector often criticized - banks - has stood out. Study of this sector is important because of its economic force, potential investment and reach and especially because it is a segment which can be a creator and multiplier of successful social practices.

KEYWORDS: Corporative Social Responsibility, Forms of Action, Internal Impacts

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Diferenças básicas entre associação e fundação	32
Quadro 2 Grau de inserção das ações sociais externas na estrutura das empresas.....	38
Figura 1 Fases do processo de pesquisa.	44
Tabela 1	46
Figura 2 Investimentos sociais e culturais.....	54
Tabela 2 Síntese da Atuação dos Bancos em Ações Sociais.....	56
Quadro 3 – Motivação na adoção de RSC.....	58
Gráfico 1 – Motivação na adoção da RSC	59
Quadro 4 – Motivação atual das ações sociais dos bancos pesquisados	60
Gráfico 2 – Motivação atual da RSC.....	62
Quadro 5 – Impactos internos nas ações de RS.....	63
Gráfico 3 – Impactos internos nas ações de RS.....	64

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 CONTEXTO.....	8
1.2 A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC) NO BRASIL.....	9
1.3 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA.....	16
1.4 JUSTIFICATIVAS	18
1.5 OBJETIVOS	18
1.5.1 Objetivo geral.....	19
1.5.2 Objetivos específicos.....	20
2 REVISÃO DA LITERATURA	21
2.1 O TERCEIRO SETOR E A RSC NO BRASIL	21
2.2 INSTITUIÇÕES DO TERCEIRO SETOR: INSTITUTOS, ONGS, ASSOCIAÇÕES, FUNDAÇÕES E OSCIPS	28
2.2.1 Institutos	28
2.2.2 Organização não governamental - ONG	28
2.2.3 Associações	29
2.2.4 Fundações	29
2.2.5 OSCIPs	30
2.2.6 Fundamentação legal.....	33
2.3 UM BALANÇO FINAL.....	33
3 METODOLOGIA.....	43
3.1 PESQUISA CIENTÍFICA E MÉTODOS	43
3.2 A AMOSTRA.....	45
3.3 TÉCNICA DA PESQUISA E SUAS LIMITAÇÕES	47
4 OS BANCOS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO BRASIL	49
4.1 UM PANORAMA.....	49
4.2 ANÁLISE DOS DADOS	57
5 CONCLUSÕES E SUGESTÕES DE FUTURAS PESQUISAS	66
5.2 SUGESTÕES DE PESQUISA	68
REFERÊNCIAS	70
ANEXOS	74

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTO

Existem no Brasil várias formas organizacionais para atuação em Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Algumas empresas constituem fundações ou institutos, outras atuam diretamente por meio de departamentos ou setores voltados especificamente para esta atividade. Existem, ainda, aquelas que atuam como *grantmakers*¹, ou seja, apóiam financeiramente projetos de parceiros previamente escolhidos.

Uma importante questão que se sobressai é: qual é a melhor forma de atuação em Responsabilidade Social para a empresa e para os beneficiários?

Por falta de dados é, no momento, impossível apontar genericamente a melhor opção, tendo em vista as diferentes características de cada empresa e a ausência de pesquisas conclusivas sobre o assunto. O foco deste trabalho é verificar os impactos na empresa das várias formas de atuação social externa e possuiu, como objetivo principal, apontar as vantagens e desvantagens de cada alternativa, procurando contribuir para se definir com mais objetividade qual é a forma mais eficiente e mais eficaz para as empresas atuarem em Responsabilidade Social Corporativa. Mais especificamente, esta dissertação, estará centrada nos bancos comerciais estabelecidos no Brasil, cujo potencial de impacto social sobressai-se das empresas em geral por várias razões, que serão especificadas mais à frente.

Para entender a posição dos bancos e das empresas em geral no cenário do trabalho social no Brasil, é necessário situar, ainda que sucintamente, a evolução dos conceitos e paradigmas da área social nos últimos anos.

¹ Segundo Falconer e Vilela (2001) *Grantmakers* brasileiras referem-se às organizações que compartilham as seguintes características: São privadas e sem fins lucrativos, ou seja, não fazem parte do Estado nem do Mercado, mas do chamado Terceiro Setor; Oferecem doações; essa atividade não deve ser realizada em bases comerciais, mas ter como beneficiário outras organizações sem fins lucrativos ou indivíduos; São autônomas, isto é, formalmente independentes e capazes de determinar suas próprias decisões, mesmo que financiadas por terceiros, até mesmo de outros setores; São controladas e operadas no país, ainda que capturem recursos no exterior.

1.2 A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC) NO BRASIL

Como campo de ação governamental, a Assistência Social tem dois marcos: primeiro, a criação do Conselho Nacional de Serviço Social, CNSS, em 1937; e, na década de 40, a criação da Legião Brasileira de Assistência, LBA.

Até os anos 30 não havia, no Brasil, a compreensão da relação da pobreza com a questão social. Pobreza era tratada como uma disfunção individual. Com a Revolução de 1930, no contexto do Governo de Getúlio Vargas, iniciou-se um processo de modernização conservadora do Estado, que voltou-se para questões pendentes, como a regulamentação do trabalho e o enfrentamento da questão social, que até então era vista como “questão de polícia”, como pensava o Presidente Washington Luís. Até então, não havia, no Brasil, a compreensão da relação entre pobreza e questões sociais.

O Conselho Nacional de Serviço Social era um órgão de caráter consultivo e teve importância como indicador de uma mudança na orientação do Estado quanto à “questão social”.

Em relação à Assistência Social propriamente dita, inicia-se um processo de centralização, no âmbito federal, com a criação da Legião Brasileira de Assistência, a LBA, em 1942, que será a grande instituição nacional de assistência aos pobres. A Legião foi criada pela, então primeira dama, Darcy Vargas, esposa de Getúlio Vargas, especificamente para cuidar dos pracinhas da Força Expedicionária Brasileira, a FEB, combatentes da II Guerra Mundial. Em outubro de 1942, contudo, a LBA se torna uma sociedade civil de finalidades não econômicas, voltada para “congregar as ações de boa vontade”.

A assistência social é compreendida, então, como um ato de vontade, uma ação para o bem, e não como um direito da cidadania (SPOSATI, 2004). A LBA carrega as características das ações de assistencialistas, permeadas dos valores de tutela, favor e clientelismo na relação entre o Estado e a sociedade. A instituição vai desempenhar o papel de articuladora da assistência social no Brasil. Durante anos, a LBA montou uma extensa rede de instituições privadas conveniadas, mas não perdeu a marca assistencialista, marcada pela ação das primeiras-damas. Por outro lado é com o mesmo Vargas que vão sendo constituídos os direitos sociais dos trabalhadores, como bem sabido, de maneira diferenciada por categoria

profissional. Implementados pelos diferentes “institutos” (dos bancários, comerciários, etc.), o sistema público de bem estar social só começaria a ganhar um conteúdo mais universalizante nos anos 60. (SILVA, 1997). Esse quadro só começa a se alterar a partir da Constituição de 1988, e em relação às políticas de atendimento a infância e juventude, somente a partir de 1990, com a promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Sem pretender aprofundar, aqui, as questões referentes à reformatação do Estado brasileiro na década de 90, é importante, para a compreensão do fenômeno da RSC, apontar um processo de mudança dos papéis dos setores público e privado na área social. Nesse período, foram criadas agências executivas e organizações sociais; foi formulada uma regulamentação para o Terceiro Setor que possibilitava a execução das políticas públicas, agora em parceria com o privado. BEHRING & BOSCHETT (2006) apontam que a regulamentação do Terceiro Setor estabeleceu um Termo de Parceria com organizações não governamentais e instituições filantrópicas para a implementação das políticas, diferenciando –se da tradicional assistência estatal:

A essa nova arquitetura institucional na área social – sempre ignorando o conceito constitucional de seguridade – se combinou o serviço voluntário, o qual desprofissionalizava a intervenção nessas áreas, remetendo-as ao mundo da solidariedade, da realização do bem comum pelos indivíduos, através de um trabalho voluntário e não remunerado. (BEHRING E.R; BOSCHETTI, p. 112)

Esse processo, que abarca e convida principalmente o empresariado para participar do combate à pobreza, paradoxalmente integra o cenário onde emergiu e se consolidou um campo de crítica e denúncia do impacto da atividade humana e desenvolvimento econômico sobre os recursos naturais e sobre a sociedade, estimulando a formação de uma preocupação social por parte das empresas.

Em 1983, por exemplo, a Organização das Nações Unidas criou a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Definiu-se aí o “desenvolvimento sustentável” como aquele que é capaz de suprir as necessidades da geração atual sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. “Desenvolvimento sustentável” implica qualidade além, ou em vez de quantidade. Em 1992, realizava-se no Brasil, Rio de Janeiro, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, Rio-92, que propaga a importância da consciência ecológica.

Em setembro de 2000, a ONU promoveu o maior encontro de dirigentes mundiais já realizado, reunindo 147 chefes de Estado e de governo, na Cúpula do Milênio. Foi aprovada, então, a Declaração do Milênio das Nações Unidas, que propõe, nada menos, que superar a distribuição profundamente desigual dos benefícios e dos custos da globalização.

Nesse contexto, vem se desenvolvendo um campo de críticas específicas à conduta empresarial. Essas críticas coincidem com o desenvolvimento do capitalismo e com a ampliação das distâncias sociais. Põe-se em questão a conduta do empresariado, que representa não só a classe dominante, mas principalmente o capital financeiro.

Segundo Kreitlon (2004), no período entre 1900 e 1960, três fatores favorecem as críticas de caráter social ao mundo dos negócios: a desilusão liberalista provocada pela crise de 1929, seguida da Grande Depressão; a necessidade das empresas melhorarem sua imagem junto à população, dado aos altos lucros; e profissionalização da atividade gerencial. No entanto, para Kreitlon, nesse período a reflexão ainda girava em torno da responsabilidade pessoal, individual do homem de negócios.

A partir da década de 80, com a crise internacional, a derrocada dos regimes socialistas do leste europeu, surgem as políticas neoliberais, com o capitalismo expandindo-se para todo o mundo. O fim da Guerra Fria e a onda de novas tecnologias, que traz uma verdadeira revolução no mundo da informação, implicam num processo de aceleração da globalização e a financeirização da economia.

O conceito de “financeirização” das economias difunde-se a partir dos processos de globalização da década de 1990. As economias enfrentam uma nova configuração, onde a gestão da “poupança” coletiva converte-se numa forma institucional que permite às finanças impor sua lógica aos atores econômicos. (BRUNO, 2004).

Nesse processo, o sistema bancário e financeiro começa a assumir um papel protagonista notadamente a partir da década de 80, onde observa-se o aumento do investimento não produtivo das empresas. A mercadoria é descartada como fonte de acumulação de capital. HARVEY (2000, p. 155), analisando o fordismo e o pós-fordismo, diz que:

Os novos sistemas financeiros implementados a partir de 1972 mudaram o equilíbrio das forças em ação no capitalismo global, dando muito mais autonomia ao sistema bancário e financeiro, em comparação com o financiamento corporativo, estatal e pessoa.

Segundo POCHMANN (1999), “os fluxos financeiros mundiais que correspondem hoje a aproximadamente 78 vezes a quantidade de recursos investidos produtivamente. Em 1971, relação era de quinze vezes”.

Os fluxos financeiros, hoje são mais importantes em termos de volume nas transações entre países que o comércio de bens e serviços, dificultando o poder dos estados no financiamento de ações sociais. Este talvez, segundo POCHMANN (1999), seja um dos pontos que motivaram os empresários a participar em ações sociais, complementando a função do estado.

Conscientes deste poder financeiro e atento à sua responsabilidade sócio/ambiental, em 2003, dez dos maiores bancos no financiamento internacional de projetos, formalizaram um compromisso com o desenvolvimento sustentável e com uma administração ambiental responsável, através de um conjunto de regras, que veio a ser chamado como Princípios do Equador. (Anexo I)

No Brasil, o protagonismo do setor financeiro na economia e na definição das políticas públicas, tem marcadamente início na década de 1980, no contexto da crise da dívida externa. Para honrar o pagamento dos juros e serviços da dívida, os distintos governos aumentaram a dívida interna, com a venda de títulos da dívida pública, trocando-os pelos dólares obtidos pelo saldo comercial para remetê-los ao exterior (MARTINS, 2007).

Essas transferências e a impossibilidade de dar liquidez à dívida fizeram subir as taxas de juros e o peso do setor financeiro na economia. A participação do setor financeiro na economia brasileira que era de 6% do PIB em 1970, ampliou-se para 7,8%, em 1980 e saltou para 19,5%, em 1989. Em 2005 essa participação já era de 31.2% e em dezembro de 2006 o índice passou para 34.3% do PIB. (BACEN)

Para o segmento econômico que aqui nos interessa, esse processo de financeirização da economia, e o rápido fluxo de capitais por meio de tecnologias de informação, são fatores de crescimento do poder econômico e social das organizações bancárias. Em contrapartida, os

problemas sociais, as desigualdades, a concentração de poder e renda, e as questões ambientais aumentam em todo o mundo.

Na América Latina, com os processos de queda das ditaduras militares e a re-democratização, ressurgem os movimentos sociais e os fóruns de luta contra a exclusão, por direitos humanos e sociais, por cidadania. No Brasil, como já foi mencionado, a Constituição Federal de 1988 foi um marco para a área social. Incorporou muitas das reivindicações dos movimentos sociais, como a descentralização administrativa do Estado, que apontava para a participação da sociedade civil nos níveis locais de decisão, vindo a ser chamada de “Constituição Cidadã” (CARVALHO, 2006).

Para a área social, esse novo quadro implicou a possibilidade de definição local de políticas de promoção social e proteção. Outros marcos legais propagaram a questão da Responsabilidade Social Corporativa. Em 1990, é aprovado o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei 8 069) e o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8 078). Em 1991 é aprovada a Lei Rouanet, de incentivo à cultura (Lei 8 313), e em 1999, a Lei 9790, que cria a qualificação de Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP).

Embora figurasse entre as dez maiores economias do mundo, o Brasil era o segundo país com os piores níveis de distribuição de renda, segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Segundo o censo de 2000, 32% dos 170 milhões de brasileiros viviam em situação de pobreza, e 15 milhões estavam abaixo dessa linha de pobreza².

Como outros países da América Latina, o Brasil vai sofrer os efeitos da inflação, da crise econômica, do peso das dívidas externa e interna. O Estado se ajusta às condições da economia globalizada, e cada vez mais tem dificuldades de responder às demandas sociais. São flagrantes as limitações das políticas de assistência social – protetoras e promotoras – de atender e combater a pobreza, deixando expostas as mazelas da chamada “exclusão social”.

² Embora sejam utilizados os múltiplos do salário mínimo para a definição de linha de pobreza, especialistas opinam que a estrutura de consumo da família é a melhor fonte para estabelecer critérios de pobreza. O Instituto de Estudos de Trabalho e Sociedade, IETS, define a linha de pobreza como o dobro da linha de indigência ou de extrema pobreza, sendo essa definida como os custos de uma cesta básica alimentar que contemple as necessidades de consumo calórico mínimo de um indivíduo. Esse cálculo varia entre as regiões, os estados e as áreas urbanas, rural e metropolitana.

A questão da cidadania ganha visibilidade no Brasil nos anos 80, com o fim dos governos militares que dominaram o país de 1964 a 1984. Durante esse período, o crescimento econômico, aprofundando problemas nas cidades e no campo, criou condições para o surgimento de novas formas de mobilização social, que culminariam no movimento pelas eleições diretas, em 1984. (CARVALHO, 2006).

A década de 80 assiste ao fortalecimento dos movimentos sociais em múltiplos campos, e é a partir desses movimentos que surgem as Organizações Não Governamentais, ONGs. As ONGs trazem propostas de uma nova forma de atuação na área social, contrapondo ao antigo modelo de assistencialismo e filantropia, novos paradigmas para a relação entre trabalho social e usuário de serviços sociais (FALCONER, 2000).

No mesmo sentido ZANIRATO (2001) assinalou que:

Historicamente a Assistência Social brasileira compreendia ações paternalistas e clientelistas do poder público, favores concedidos aos usuários, o que pressupunha que o atendimento era a um favorecido, e não a um cidadão usuário de um serviço ao qual tinha direito. A Assistência confundia-se com a ajuda aos pobres e necessitados, é mais uma prática que uma política. A partir de 1988, a Assistência passou a ser uma política pública que compreende um conjunto integrado de ações e iniciativas dos poderes públicos e da sociedade.

Por outro lado, a crise do Estado de Bem Estar Social e a proposta, em escala mundial, de reconfiguração dos papéis do Estado, do mercado e da sociedade civil colocam em pauta o debate sobre a competência de cada um deles nas intervenções sociais.

A abertura política permitiu também uma visão mais clara da dimensão dos problemas sociais. A implantação de um modelo econômico neoliberal, na década de 90, e maior visibilidade das questões sociais colocam para a sociedade brasileira a urgência das ações nessa área, ganhando destaque na mídia nacional e internacional. Repensa-se o papel central que o Estado ocupa na assistência social aos segmentos mais vulneráveis da população.

Novos paradigmas começam a ser discutidos, novos atores são chamados a intervir. Nesse cenário ganha destaque a participação do empresariado na “ação contra a pobreza”. Em 1993, Herbert de Souza, o Betinho, e o Instituto Brasileiro de Análises Econômicas e Sociais (IBASE), lançam a Campanha Nacional de Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida, que ganha grande apoio do empresariado. O IBASE é uma das ONGs que havia se

fortalecido na luta pela redemocratização. Com a campanha, articulada por Betinho, surgiram em todo o Brasil, os Comitês da Ação da Cidadania, que desencadearam ações de combate à fome e à miséria.

Este é o marco da aproximação dos empresários com ações sociais, o que também se notava em um outro movimento empresarial que se formava em São Paulo, denominado Pensamento Nacional das Bases Empresariais, que acabou como que sendo o berço do Instituto Ethos e de várias outras entidades de promoção da RSC (GOMES, 2007)

GARCIA (2004), em um trabalho introdutório ao tema, explicita as condições mais gerais em que o empresariado é convocado a participar, no caso brasileiro: “Em um cenário de crise de motivação para a vida pública, marcada por uma baixa credibilidade em relação às instituições sociais, o empresário aparece como o ator qualificado a instituir a lógica da eficiência e do jeito novo de “fazer o bem”” . O empresariado atende a esse chamado, passando a interferir em uma área bastante distinta da essência de sua atuação e de sua função social. GARCIA adianta alguns elementos cruciais para a compreensão da participação do empresariado na área social, no caso brasileiro:

A participação de determinados segmentos empresariais nas ações sociais é inédita e positiva em relação a dois aspectos: o primeiro, como um diferencial para uma cultura empresarial baseada exclusivamente no lucro. Os segmentos engajados na campanha de responsabilidade social são, nessa lógica, uma vanguarda que pretende redefinir o *ethos* empresarial e sua visibilidade na sociedade. Em segundo lugar, a contribuição empresarial busca trazer resultados para o campo filantrópico em relação à maior eficiência das ações e, numa perspectiva mais ampla, gerar uma consciência cívica em torno da idéia de responsabilidades sociais compartilhadas. (GARCIA, 2004, p.5).

Principalmente a partir da última década do século passado, algumas empresas, criam ou atualizam estruturas organizacionais voltadas especificamente para a ação social. São fundações e institutos, entidades privadas, de constituição jurídico formal, que desenvolvem ações e intervenções de interesse público, nas áreas de educação, saúde, cultura, meio ambiente, entre outras. Caracterizam-se por intervir em questões sociais e não terem fins lucrativos, integrando, nesses termos, o que se convencionou entender-se como “Terceiro Setor”. Começaram a atuar num modelo de entidades que, na definição mais antiga, se dedicam a atividades filantrópicas, ao apoio ao associativismo comunitário, formas típicas do universo estadunidense, que tradicionalmente envolve a sociedade civil para participar na

definição e encaminhamento de questões de interesse público (FISCHER R. M; FALCONER, A.P., 1998)

Como consequência da disseminação e da implementação de ações de Responsabilidade Social Corporativa, e mesmo para ordenar e legitimar essas práticas, vêm sendo criadas instituições e critérios que balizam e validam ações, programas e projetos. Alguns funcionam como modelos, como o Balanço Social, outros são ações que mobilizam atores em torno de determinadas questões sociais e/ou ambientais, sem falar, é claro, em instituições dinamizadoras da RSC, como o Instituto Ethos, e o GIFE.

O ponto culminante dessa expansão da RSC no Brasil foi a constituição do Instituto Ethos em 1998. Uma iniciativa do jovem empresário paulista Oded Grojew o Instituto Ethos tornou-se a principal entidade promotora da RSC no Brasil (GOMES, 2007).

1.3 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Muitas empresas têm focado suas ações de responsabilidade social na gestão da própria organização, humanizando relações de trabalho, desenvolvendo práticas garantidoras de direitos sociais básicos, como educação e saúde, ou ampliando as intervenções da política de recursos humanos para as competências técnicas do quadro funcional e introduzindo políticas de diversidade, por exemplo.

Em grande medida, essas práticas cada vez mais são consideradas como fundamentais para a gestão e bom desempenho da empresa. Já não há mais espaço para empresas socialmente irresponsáveis, que acabam sendo mal vistas no mercado, por seus *stakeholders*³. Nesse sentido, cada vez mais empresas ampliam o campo de atuação social, direcionando recursos também para ações externas, com financiamento de projetos, ações e campanhas socialmente engajados. No entanto, como aponta (ROBERTO 2006, p. 48),

a empresa não perdeu sua finalidade última de gerar lucros – ao contrário. Os investimentos sociais é que deixaram de ser contraproducentes na medida em que a postura socialmente responsável é valorizada – e a socialmente irresponsável

³ A tradução mais adotada no Brasil para *stakeholders*, nas definições de RSE, é o termo *Partes Interessadas*.

penalizada. Os investimentos sociais atraem consumidores mais atentos e mais fiéis, promovem trabalhadores mais comprometidos e tornam a relação com o governo mais afável. Tudo isso, conjuntamente se reflete em maior produtividade e maior lucro.

Todos os bancos estudados apresentam em seus sites suas políticas de recursos humanos, seus compromissos com a gestão ética entre outras ações, mas, levando em conta a já assumida distinção entre público interno e externo nas teorias de RSC, o foco de interesse deste trabalho é a “responsabilidade social externa”, as atividades e intervenções que são planejadas e desenvolvidas para o público-alvo externo como, por exemplo, o meio ambiente, jovens e crianças em situação de risco social etc.

Essas ações compõem um universo mais amplo e complexo do que aquele configurado por ações voltadas para a responsabilidade social orientada para as condições de trabalho dentro da empresa, formada por serviços e benefícios conferidos aos trabalhadores e suas famílias, ou as políticas de valorização da diversidade interna, que são ações arroladas como “responsabilidade social interna”. Este trabalho se dedica, exatamente, ao estudo das formas encontradas pelos bancos para atuar em responsabilidade social externa.

Assumindo que há um avançado nível de evolução da gestão dos bancos brasileiros, que nos últimos anos vêm inclusive propiciando altos níveis de lucratividade aos mesmos, é de se esperar que, sejam quais forem os condicionantes da decisão de investir em responsabilidade social, a determinante para a escolha de como investir deve estar fundamentada num planejamento que se baseie em questões inerentes ao universo da gestão de negócios, e não da gestão de projetos sociais.

A busca de parceiros, o desenvolvimento de ações diretas ou a criação de organizações externas deverá estar baseada em estratégias e diretrizes de desenvolvimento e gestão da própria organização de mercado, e não apenas, necessariamente em indicadores sociais, políticas públicas, ou demandas sociais. Ou seja, a definição sobre as formas de atuação e também sobre o foco da atuação está centrada nos valores, atributos, missão e visão da empresa, e não do campo social. A questão que se apresenta portanto é averiguar quais serão entretanto, as melhores formas para essa atuação.

O trabalho investigará, portanto, quais os determinantes para os tipos de atuação externa em Responsabilidade Social, quais os fatores determinam a escolha por uma determinada forma de atuação, os mecanismos criados para a gestão desta atuação e, por último quais os impactos internos das diferentes formas de atuação na área social.

1.4 JUSTIFICATIVAS

No universo de empresas que desenvolvem intervenções e promovem a responsabilidade social no Brasil, os bancos podem ser destacados por algumas razões específicas do setor, como por exemplo: sua capilaridade geográfica, os bancos comerciais hoje estão presentes em grande parte dos municípios brasileiros; sua lucratividade, o setor com mais alta lucratividade, detendo enorme montante de recursos financeiros. Por seu poder econômico, sua capilaridade, tecnologia operacional e de gestão, o setor bancário pode ser forte indutor na disseminação da prática eficaz da Responsabilidade Social Corporativa.

No entanto, é preciso considerar o quanto distante do universo financeiro estão as questões inerentes ao trabalho de proteção e promoção social. Sendo assim, uma vez que a instituição financeira inclua entre suas atribuições cooperar para a melhoria das condições de vida das populações mais pobres, investir na educação de crianças, jovens e adultos, ou apoiar a preservação do meio ambiente, decorre a necessidade de algum tipo de planejamento, a abertura de um *locus* diferenciado dentro da empresa que permita, minimamente, a formulação e consolidação de um pensamento novo e estranho às atividades inerentes ao negócio bancário – um pensar voltado para as questões sociais.

1.5 OBJETIVOS

As organizações bancárias têm se inserido no movimento de Responsabilidade Social de forma veemente. Investigar como este processo está ocorrendo nos bancos brasileiros, quais as motivações e quais as formas em que ações sociais estão sendo empreendidas, é uma forma

de entender como está sendo incorporado o conceito no Brasil, de forma geral, e no campo bancário, de forma específica. (VENTURA 2005).

Se considerarmos as distinções radicais entre gestão de lucro, finanças e gestão de projetos sociais cabe indagar, em primeiro lugar, sobre quais as formas encontradas pelas instituições bancárias quando se propõem a intervir em questões de interesse público, até há bem pouco tempo, inerentes ao Estado, e apenas a ele, como educação, saúde e assistência social.

Considerando, ainda, que os bancos privados estabelecidos no Brasil, possuem perfis muito similares e que atuam em Responsabilidade Social, em consonância com diretrizes da Febraban, questiona-se neste trabalho, as razões das diferentes formas organizacionais de atuação na área social. (FEBRABAN, 2006).

Enfim, investigando as diversas formas organizacionais de atuação e seus impactos internos, procura-se identificar pontos fortes e fracos de cada uma, enquanto prática de gestão.

1.5.1 Objetivo geral

O presente trabalho tem o objetivo de investigar como as instituições financeiras se organizam para desenvolver suas atividades no campo da responsabilidade social, considerando, de um lado, que essas atividades transcendem a busca do lucro e, no caso do setor bancário, se distanciam significativamente de suas atividades fins. Tal engajamento requer que sejam criadas estratégias adequadas ao cumprimento de uma missão para qual a empresa, em sua essência, não dispõe de mecanismos.

O trabalho pretende em síntese identificar e qualificar as diferentes formas organizacionais e/ou gerenciais de intervenção social desenvolvidas pelas organizações bancárias comparando as implicações de cada opção a nível interno em cada empresa.

Estudar esse movimento, contribuindo para a compreensão dos mecanismos criados, seu funcionamento, erros e acertos e entender as relações e implicações do funcionamento desses mecanismos é muito importante para o conhecimento do campo da responsabilidade social no

Brasil. Acredita-se ainda, que os resultado da pesquisa sobre as formas de atuação dos investidores em responsabilidade social poderão ser utilizados na definição de futuros investimentos corporativos, uma vez que serão levantados os pontos positivos e negativos das diferentes formas de atuação corporativa. Dados desse tipo certamente contribuirão para a definição e escolha de novas formas de ação.

1.5.2 Objetivos específicos

Por sua vez os objetivos específicos são:

- Compreender os fatores determinantes da atuação social específico dos grandes bancos no movimento Responsabilidade Social Corporativa no Brasil;
- Identificar e analisar as diferentes formas organizacionais de atuação em responsabilidade social dos grandes bancos brasileiros;

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 O TERCEIRO SETOR E A RSC NO BRASIL

É a partir da década de 90 que se amplia significativamente o que se convencionou chamar de Terceiro Setor, constituído por organizações que atuam na esfera social, seguindo o processo de publicização do trabalho na área, mencionado abaixo, e fortemente incentivado pelo Estado.

As organizações convocadas a contribuir na implementação e mesmo formulação de políticas sociais abarcam as Organizações Não Governamentais (ONGs), qualificadas ou não como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs), passando por Fundações Empresariais e Institutos, Organismos Internacionais de Cooperação, e organizações locais populares, como Associações de moradores.

Todos esses atores, influenciando a opinião pública e ocupando espaço na imprensa e nos grandes debates nacionais, denunciam as diferentes faces da pobreza no Brasil, a urgência do combate à desigualdade e da implantação de políticas e ações de promoção social.

A referência mais freqüente para a definição do Terceiro Setor, no Brasil, ainda é o trabalho de Rubem César Fernandes, Privado, porém público: O Terceiro Setor na América Latina, de 1994. É talvez a primeira abordagem acadêmica, e que distingue o setor como “privado com fins públicos”.

O mesmo Rubens César Fernandes em (IOSCHPE, 2000, p.27) diz que:

Terceiro Setor é composto de organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas pela ênfase na participação voluntária, num âmbito não-governamental, dando continuidade às práticas tradicionais da caridade, da filantropia e do mecenato e expandindo o seu sentido para outros domínios, graças, sobretudo, à incorporação do conceito de cidadania e de suas múltiplas manifestações na sociedade civil.

Fischer (2002) também desenvolvendo pesquisas acadêmicas sobre o campo, diz que “O Terceiro Setor é a denominação adotada para o espaço composto por organizações privadas,

sem fins lucrativos, cuja atuação é dirigida a finalidades coletivas ou públicas”. (FISCHER, 2002, p.45).

Segundo o relatório do BNDES (2000), que segue a mesma linha, o setor é definido como: o conjunto de atividades privadas com fins públicos e sem fins lucrativos, composto por instituições civis de qualquer origem – religiosa, comunitária, de trabalhadores, institutos e fundações empresariais, organizações não governamentais e outras – diferenciando-se da lógica estrita de governo (público com fins públicos) e do mercado (privado com fins privados). Mas, ainda persistem no campo acadêmico muitas questões referentes à conceituação.

Nos últimos quinze anos, houve um aumento significativo no número de organizações sem fins lucrativos atuando não só no Brasil, como no mundo. Aumentou também o tipo de entidades que se incluem nessa categoria. Hoje, entre as instituições que integram o Terceiro Setor, há organizações de grande porte e alta rentabilidade. Segundo Ritkin (1996), as organizações sem fins lucrativos seriam um dos poucos segmentos que, num mundo que se prepara para viver uma crise de desemprego estrutural, tendem a ampliar seus postos de trabalho.

À princípio, considerando estudos prévios⁴, a campanha pela responsabilidade social corporativa tem imprimido uma nova imagem ao empresário brasileiro, que hoje estaria mais comprometido com a situação social do país, seria mais consciente e participativo. Em essência, essa campanha flexibiliza o antagonismo entre interesses privados e públicos.

Matos (2005) afirma que já não é possível avaliar as empresas com “os padrões tangíveis de ontem, pois referenciais intangíveis como marca, imagem, prestígio e confiabilidade decidem a preferência e garantem a continuidade”. Afirma, ainda, que a ética ganha respeitabilidade como forte diferencial de “qualidade e conceito público”. Mas questiona se uma consciência ética já foi consolidada no comando das organizações.

O autor lista algumas manifestações concretas da prática da ética nas organizações empresariais:

⁴ Trabalho realizado pelo autor desta para a disciplina Projetos de Responsabilidade Social Corporativa, no mestrado de 2005/2006. Determinantes da Responsabilidade Social no Setor Bancário, 2006.

- a) Filosofia Empresarial - clara conceituação de missão, princípios e orientações;
- b) Comitê de Ética - grupo definidor e de controle de políticas e estratégias;
- c) Credos - divulgação das crenças institucionais para funcionários e clientes;
- d) Códigos – coletânea de preceitos sobre comportamentos;
- e) Ombudsman - ouvidores ao alcance dos clientes para atenderem aos seus reclamos;
- f) Auditorias Éticas - avaliações periódicas sobre condutas empresariais;
- g) Linhas Diretas - circuito aberto à críticas, reclamações e sugestões;
- h) Programas Educacionais – aproximação da empresa com seus públicos através de iniciativas que eduquem;
- i) Balanço Social - divulgação dos investimentos da empresa em benefício do público interno e da comunidade. (MATOS, 2005, p.3)

Segundo ASHLEY (2005, p.49), o conceito de ética e responsabilidade social corporativa, “vem amadurecendo quanto à capacidade de sua operacionalização e mensuração, subdividindo-se em vertentes de conhecimento. Entre essas vertentes estão: responsabilidade, reponsividade, retitude e desempenho social corporativo, desempenho social dos *stakeholders*, auditoria e inovação social”

Em pesquisa realizada em 1999, por encomenda do Conselho da Comunidade Solidária, o Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor, Ceats, da Fundação Instituto de Administração da FEA-USP, em parceria com o GIFE, o SENAI e o CIEE, fez o mapeamento da atuação empresarial na área social. Foi detectado que 57% de uma amostra de 1.200 empresas, de diversos setores da economia, desenvolviam ações de caráter social, que não tinham relação com os objetivos estratégicos do negócio.

A pesquisa identificou, ainda, que havia um movimento crescente no setor empresarial no sentido de estabelecer parcerias com organizações da sociedade civil para executar projetos e ações sociais. A deficiência de quadros qualificados na área social induz as empresas a estabelecerem parcerias com o Terceiro Setor. Essas alianças intersetoriais asseguram benefícios para todas as organizações em interação – as ONGS e organizações públicas beneficiam-se de conhecimentos e práticas profissionais das empresas, e estas, por sua vez, absorvem a experiência, a flexibilidade e a metodologia de trabalho das entidades do Terceiro Setor. (FISCHER, 2002).

O Instituto de Pesquisas Aplicadas (IPEA), em pesquisa analisando o envolvimento de empresas com práticas sociais no período de 1999-2004, mostra que a maior parte do setor

privado brasileiro está envolvida de alguma forma com a área social: 69% das empresas do País desenvolvem ações em benefício da comunidade. São cerca de 600 mil empresas que dão sua contribuição. O investimento realizado atingiu R\$ 4,7 bilhões em 2004 - valor que corresponde a 0,27% do PIB do País. Em 2000, essa relação era de 0,43% . Houve uma redução na relação PIB X Investimento Total, não obstante, a participação empresarial na área social aumentou em 10 pontos percentuais (IPEA, 2006)

O grande destaque é o crescimento generalizado na participação social das empresas, mas a magnitude desse crescimento foi diferenciada, segundo as regiões em relação a pesquisa anterior. Houve uma aproximação entre os níveis de atuação nas regiões. Antes havia uma diferença de até 21 pontos percentuais (comparação do sudeste com o Sul). Em 2004, a maior diferença encontrada é de apenas 13 pontos, verificada entre o Nordeste (74%) e o Centro-Oeste (61%). Foi no Sul que se observou o maior crescimento na proporção de empresas atuantes, que passou de 46% em 2000, para 67% em 2004, o que equivale a um crescimento de 21 pontos percentuais.

Tabela 1 - Investimento Social Privado, por Região: montante de recursos investidos* e comparação com o PIB, 2000 e 2004

Recursos Investidos em Relação ao PIB		(%)	
Nota: * Em valores constantes de 2004. Deflacionado pelo INPC médio anual.			
Região	Recursos Investidos, em 2004 (em R\$)	2000	2004
Sudeste	3,3 bilhões	0,66	0,34
Nordeste	537 milhões	0,20	0,22
Sul	562,7 milhões	0,19	0,19
Centro-Oeste	240,8 milhões	0,16	0,18
Norte	93,8 milhões	0,10	0,11
Brasil	4,7 bilhões	0,43	0,27

Fonte: Pesquisa Ação Social das Empresas no Brasil - IPEA/DISOC (2006).

Esse crescimento da prática da responsabilidade social, que incorpora um discurso cada vez mais legitimado da importância da ética em todos os setores, traz conseqüências para todos os ramos de negócios, e abarca todos os níveis de gestão. Hoje já não basta o compromisso da empresa com ações de responsabilidade social, digamos, extra-muros. É preciso agregar o compromisso social e gestão dos negócios. Práticas corporativas irresponsáveis, ou não éticas têm como conseqüência o agravamento das condições de vida do planeta e toda sua forma de vida. Quanto já se gastou buscando combater o trabalho infantil e escravo, a poluição de rios,

o desmatamento de floresta? Quanto recurso foi destinado a corrupção e quanto imposto foi sonegado? A Responsabilidade Social Corporativa vai, portanto, muito além da doação ou financiamento de projetos sociais.

Mainon (2005) lembra que o discurso empresarial pautado na ideologia neoliberal vai, no entanto, apontar para a ausência ou aplicação ineficiente dos recursos públicos, e vai reivindicar o monopólio da eficiência e eficácia, mesmo em relação a intervenções na área social – o que não faria parte de seu negócio e nem de sua função social. Se a Responsabilidade Social chegar a ser compreendida realmente como uma nova forma de gestão da empresa, vai requerer nova estrutura, ou uma nova dinâmica de interações. A autora, citando Clergg (1999) e McGuire (1999) aponta:

(...) em termos de gestão, a RSC é uma inovação gerencial, pois além dos tradicionais acionistas, consumidores e funcionários, a empresa passa a se relacionar com uma rede de *stakeholders* (governo nas diferentes esferas, mídia, comunidade, ongs, funcionários, fornecedores, acionistas e consumidores). A gestão através da rede de *stakeholders* incorpora uma estrutura organizacional pós modernidade, capaz de canalizar a informação e o saber para a configuração de soluções. (MAIMOM, 2005, p.2)

Nesse contexto, volta-se aqui para o estudo de um segmento econômico muitas vezes estigmatizado, que são os bancos, que têm se destacado no campo da Responsabilidade Social Corporativa. O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, referência internacional em RSC, tem entre seus associados o Banco do Brasil, o Bradesco, a Caixa Econômica Federal e o Banco Itaú (que figuram entre os maiores patrimônios do setor no Brasil), ABN Amro Real, HSBC, Banespa, Banco Safra, Santander, entre outros.

Os bancos atuam basicamente como captadores de recursos, com o objetivo de que sejam repassados aos tomadores de crédito. Acolhem depósitos de grande parcela das disponibilidades das empresas e das famílias. Estão presentes em quase todas as cidades brasileiras, num movimento crescente que envolve como clientela, mesmo os segmentos de mais baixa renda da população. Atualmente os benefícios sociais do Governo Federal já são todos pagos pelos bancos por meio de cartões eletrônicos: Bolsa Família, Benefício de Prestação Continuada, Bolsa Auxílio para jovens menores de 18 anos.

Esse movimento empresarial de entrada no universo da ação social é visto também como fundamental para a sustentabilidade de muitas organizações não governamentais. Segundo Joana Garcia (2004),

a participação empresarial possibilita fomentos em um expressivo número de organizações com capital e recursos administrativos escassos, além de projetar a visibilidade desse setor de forma muito mais expressiva que qualquer outro grupo nele representado. As premiações de iniciativas não-governamentais patrocinadas por empresas são exemplos fortes dessa estratégia de propaganda. (GARCIA, 2004, p. 21).

Segundo CARDOSO (2000), apesar do aumento do número de organizações do Terceiro Setor ligadas diretamente a empresas, a maior parte das empresas que desenvolvem ações de responsabilidade social não possui uma estrutura especializada no gerenciamento dos investimentos sociais. A autora ressalta que:

Ainda são as áreas de relações institucionais, publicidade e marketing ou comunicação que tomam as decisões sobre que projetos apoiar. São poucas as empresas que acompanham de perto ou avaliam o que acontece com as ações sociais por elas apoiadas ou realizadas. Esta relativa deficiência de pessoal qualificado para coordenar as ações sociais também dificulta a produção de um conhecimento de qualidade sobre os resultados dos projetos, bem como o intercâmbio de experiências e a geração de sinergias entre iniciativas similares. (CARDOSO, 2000, P.117)

Cabe aqui apontar que a definição de organizações empresariais como pertencentes ao Terceiro Setor não é consenso entre estudiosos da temática. MAIMON (2005), em artigo sobre determinantes da responsabilidade sócio-ambiental das empresas brasileiras aponta que fundações, institutos e outras formas de braços sociais das empresas são “mercado-cêntricos”, não importa a forma pela qual operem – em parcerias com ONGS ou com o governo.

No final, o que interessa ao empresário é que o impacto social do investimento seja acoplado a sua marca e também, supostamente, interessa aos usuários que têm serviços mais regulares e com mais fomentos. (MAIMOM, 2005, p.2).

No Brasil, três organizações do Terceiro Setor desempenham um papel fundamental na promoção da cidadania empresarial – O Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), o Instituto Ethos e a Fundação Instituto de Desenvolvimento Social e Empresarial (FIDES), e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE).

O Ibase, no início da década de 90, com sua mobilização nacional em torno principalmente do combate à fome, e mais tarde, em 1997, com a campanha pelo Balanço Social, começa a

disseminar a Responsabilidade Social Corporativa. Logo depois, na esteira desse movimento nasce o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, representante do próprio empresariado, que entra no movimento pela RSC.

O Instituto Ethos foi inspirado na organização americana *Business for Social Responsibility* (BSR). O GIFE orienta as fundações e institutos na realização de projetos sociais e o Ethos apóia as empresas na implementação de medidas socialmente responsáveis.

VOIGT (2001) diz que as entidades associadas ao GIFE procuram enquadrar-se “num pretensioso código de ética” que regula a atuação social das empresas. As ações sociais realizadas por essas empresas teriam grande impacto no cenário social e cultural do país. Ele prossegue:

São organizações estratégicas frente a política e ao mercado, e aplicam relevantes recursos nas áreas social e cultural. Insisto que, embora numericamente poucas, projetos e entidades empresariais, constituídos exclusivamente para realizar projetos comunitários de forma sistemática e profissionalizada, têm grande impacto na sociedade. Isso ocorre devido à tecnologia inovadora que desenvolvem em políticas de proteção social, por sua grande capacidade de repercutir esta tecnologia na política pública, pelo papel auxiliar que, crescentemente, vêm constituindo perante o Estado no atendimento das demandas e no potencial que possuem de defender e fazer avançar direitos protetivos no Brasil. (VOIGT, 2001, p.3)

Cappelin e Giuliani (2002) vêem a responsabilidade social das empresas como uma mudança de paradigma de seu processo de gerar lucros em busca da plena realização:

Na busca de eficiência e excelência empresarial, parece não ser mais satisfatório a tradicional alquimia do cálculo custo-benefício com o aumento da produtividade e a ampliação das vendas o mercado. Os critérios de avaliação do sucesso começam a incorporar dimensões que vão além da organização econômica e que dizem respeito á vida social, cultural e à preservação ambiental. Pode-se dizer que a eficiência não é só “fazer as coisas bem”, segundo as regras de mercado, mas é “fazer as coisas boas, segundo princípios éticos”.

Instituída no mercado como um diferencial na imagem corporativa, a RSC, tem valor estratégico para a organização, e caberá a empresa definir seu nicho de prática social. Os valores corporativos expressos em suas ações, campanhas e financiamentos distinguem a organização no mercado e atraem consumidores e investidores que se identificam com a empresa.

2.2 INSTITUIÇÕES DO TERCEIRO SETOR: INSTITUTOS, ONGS, ASSOCIAÇÕES, FUNDAÇÕES E OSCIPS

As entidades do Terceiro Setor são regidas pelo Código Civil, Lei nº 10.402/02, e são juridicamente constituídas sob a forma de associações ou fundações. Apesar de serem comumente utilizadas as expressões “entidade”, “ONG” (Organização Não Governamental), “instituição”, “instituto” etc., essas denominações servem apenas para designar uma ASSOCIAÇÃO ou FUNDAÇÃO, as quais possuem importantes diferenças jurídicas entre si.

2.2.1 Institutos

Instituto é uma apenas uma denominação de uma entidade, utilizada usualmente por sociedades civis sem fins lucrativos, sem caracterizar, entretanto a natureza da instituição. No entanto, não é uma pessoa jurídica, com legislação específica. Tanto pode ser uma entidade privada como governamental, por exemplo, o Instituto Nacional do Seguro Social -INSS.

O Promotor de Justiça Tomáz de Aquino Resende, em artigo publicado pelo Fundata, afirma que:

(...) tanto uma sociedade, como uma associação ou uma fundação podem ser denominadas de instituto. Usualmente o termo tem sido mais utilizado para identificar algumas sociedades civis sem fins lucrativos, donde, provavelmente surge a confusão terminológica.

Qualificando as entidades o autor define:

Assim, na prática e tecnicamente correto, podemos dizer que, genericamente, as entidades do Terceiro Setor ou as ONGs são pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos (sociedades civis, associações e fundações) e que todas elas podem ser denominadas institutos ou serem consideradas como tal.

2.2.2 Organização não governamental - ONG

Do mesmo modo que o Instituto ou OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, ONG – Organização Não Governamental, é uma sigla não um tipo específico de organização.

Não há no direito brasileiro a designação de ONG. Ou seja, não existe a ONG no ordenamento jurídico brasileiro. Existe um reconhecimento de cunho cultural, político e sociológico das ONGs. São entidades sem fins lucrativos, que trazem, ainda, uma característica vinculada a ações filantrópicas, humanitárias, de interesses públicos. A sigla ONG designa, portanto, o conjunto de organizações do Terceiro Setor, tais como associações, cooperativas, institutos, etc. Fundações também podem vir a ser genericamente reconhecidas como ONGs. A forma societária mais comum é a da associação civil, e as ONGs são regidas por estatutos.

Ainda que desenvolvam ações com função pública, e cada vez mais executem projetos e ações governamentais, não pertencem ao Estado. É importante esclarecer que nem toda organização não governamental desenvolve ações vinculadas à assistência social, ou a movimentos ideológicos como defesa de minorias ou do meio ambiente. Sindicatos, cooperativas, associações de seguro mútuo são também ONGs.

2.2.3 Associações

Associação é uma pessoa jurídica de direito privado, sem fins econômicos ou lucrativos, que se forma pela reunião de pessoas em prol de um objetivo comum, sem interesse de dividir resultado financeiro entre elas.

2.2.4 Fundações

Fundação é uma pessoa jurídica de direito privado, sem fins econômicos ou lucrativos, que se forma a partir da existência de um patrimônio destacado pelo seu instituidor para servir a um objetivo específico, voltado a causas de interesse público.

A Fundação pressupõe caráter mais permanente, com fiscalização mais rigorosa por parte do Estado e sua administração não pode modificar o objetivo ou a vontade do instituidor.

2.2.5 OSCIPs

As OSCIPs, Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, são organizações que a partir da Lei 9.790, de 23 de março de 1999, obtêm um certificado emitido pelo poder público federal ao comprovar o cumprimento de determinados requisitos.

Como a denominação se refere a uma qualificação e não a um tipo de organização, existe uma certa confusão no que diz respeito ao termo OSCIP. De modo geral, no senso comum, a OSCIP acaba por ser compreendida como uma instituição em si mesma. OSCIP, entretanto, é uma qualificação decorrente da lei 9.790 de 23/03/99.

As OSCIPs são ONGs certificadas como organizações de interesse público.

A Lei 9.790 de 23/03/99 foi um marco na organização do Terceiro Setor, e fez parte do processo de publicização das ações sociais e das políticas públicas na área. A Lei foi construída a partir de discussões promovidas entre governo e lideranças de organizações não governamentais. Esse movimento buscou garantir o reconhecimento legal e oficial das ONGS, principalmente pela transparência administrativa que a legislação exige.

Como qualificação, a OSCIP é opcional, significa dizer que as ONGs já constituídas podem optar por obter a qualificação e as novas, podem optar por começar suas atividades já se qualificando como OSCIP.

Para obter essa qualificação é necessário o cumprimento de alguns pré-requisitos que a legislação estabelece, mas, principalmente, se enquadrar em alguns dos objetivos sociais, finalidades, já estabelecidos na lei:

- a. Promoção da assistência social;
- b. Promoção da cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico;

- c. Promoção gratuita da educação, observando-se a forma complementar de participação das organizações;
- d. Promoção gratuita da saúde, observando-se a forma complementar de participação das organizações;
- e. Promoção da segurança alimentar e nutricional;
- f. Defesa, preservação, conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável;
- g. Promoção do voluntariado;
- h. Experimentação sem fins lucrativos de novos modelos sócio-produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito;
- i. Promoção de direitos estabelecidos, construção de novos direito e assessoria jurídica gratuita de interesse suplementar;
- j. Promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos, da democracia e de outros valores universais;
- k. Estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos que digam respeito às atividades mencionadas acima.

As diferenças entre associações e fundações podem ser sintetizadas no quadro 1 a seguir

DIFERENÇAS BÁSICAS ENTRE ASSOCIAÇÃO E FUNDAÇÃO

ASSOCIAÇÃO	FUNDAÇÃO
Constituída por pessoas	Constituída por patrimônio, aprovado previamente pelo Ministério Público
Pode (ou não) ter patrimônio	O patrimônio é condição para sua criação
A finalidade é definida pelos associados	A finalidade deve ser religiosa, moral, cultural ou de assistência, definida pelo instituidor.
A finalidade pode ser alterada	A finalidade é perene
Os associados deliberam livremente	As regras para deliberações são definidas pelo instituidor e fiscalizadas pelo Ministério Público
Registro e administração são mais simples	Registro e administração são mais burocráticos.
Regida pelos artigos 44 a 61 do Código Civil	Regida pelos artigos 62 a 69 do Código Civil
Criada por intermédio de decisão em assembléia, com transcrição em ata e elaboração de um estatuto	Criada por intermédio de escritura pública ou testamento. Todos os atos de criação, inclusive o estatuto, ficam condicionados à prévia aprovação do Ministério Público.

Quadro 1 - Diferenças básicas entre associação e fundação

2.2.6 Fundamentação legal

A legislação vigente sobre as entidades do Terceiro Setor no Brasil, no Brasil, está contida na Constituição Federal, Código Civil, Leis, Decretos e Resoluções. A relação destas normas e seus objetivos estão contidas no Anexo A.

Destaca-se, as contundentes críticas da Antropóloga Ruth Cardoso, em IOSCHPE (2000, p.11) a respeito da legislação vigente sobre o Terceiro Setor. Segundo a autora, a realidade é nova, complexa e diversificada, por isso mesmo é necessário discutir o marco legal e institucional que regula o relacionamento destas organizações com o governo, produção de conhecimento e informação sobre o Terceiro Setor.

No Brasil, a legislação que se aplica ao setor não lucrativo é antiquada e inadequada. Ela não dá conta de fenômenos novos como a responsabilidade social do setor privado empresarial e as relações crescentes de parceria, em todos os níveis, entre órgãos públicos e organizações não-governamentais.

Afirma, ainda, Ruth Cardoso, que:

A legislação vigente, ao tratar de forma indiferenciada todo e qualquer tipo de associação civil, não estimula a atuação dos cidadãos e o investimento social da empresa. Tampouco coíbe eventuais abusos praticados em nome da filantropia e da assistência social. Rever este emaranhado legal de modo a simplificá-lo e torná-lo mais transparente e adequado é uma necessidade urgente (IOSCHPE, 2000, p.11)

2.3 UM BALANÇO FINAL

Essa dissertação, portanto, trata de duas formas de organização das ações externas de responsabilidade social no setor bancário brasileiro. Ao avaliar como este tema tem sido estudado, desdobra-se em dois campos, quais sejam, o tema em si, e aquele sobre os impactos internos de ações de responsabilidade social externas.

No segundo aspecto, temos, de um lado todos os estudos de implementação e avaliação de ferramentas de gestão com os mais diferentes resultados. De outro os estudos que analisam as estruturas montadas pelas empresas.

A forma como as atividades de responsabilidade social são estruturadas na empresa têm implicações na governança, nas escolhas de marketing e na relação com os *stakeholders*.

Teríamos dois tipos alternativos de estrutura organizacional adotados por empresas para a implementação de suas ações de responsabilidade social:

- a) Internalização da intervenção social em que a operacionalização dos projetos sociais pode ser realizada de duas maneiras:
 - Direta pela estrutura organizacional da própria empresa. Normalmente nas grandes corporações, são criadas estruturas específicas – diretorias, departamentos ou gerências.
 - Através, de parcerias com outras organizações. As ações sociais da empresa acontecem por meio de convênio, parcerias, financiamentos. O grau de envolvimento pode ser bem menor que nos outros casos, já que a execução é delegada a outras organizações. A empresa pode funcionar apenas como doadora. Apesar de acompanhar e monitorar os projetos que financia, mantém uma relação de distanciamento em relação à execução

- b) Indireto através da criação de uma estrutura própria, especializada em intervenções sociais.

É o caso de fundações e institutos sociais, que são figuras jurídicas independentes, mas que ficam sob o controle da mantenedora. Não há relação intrínseca entre as ações de responsabilidade social e a atividade da mantenedora. A Fundação Bradesco, por exemplo, dedica-se a educação de crianças, jovens e adultos há 40 anos. Mas, a mantenedora mantém o controle das metas, ações estratégicas da organização, garantindo a vinculação com sua marca e imagem pública.

FISCHER (2002) entende que é através das alianças estratégicas que haverá o fortalecimento de uma sociedade democrática e “nas quais organizações de diferentes tipos estabelecem uma rede de cooperação para atingir objetivos comuns e sustentáveis de desenvolvimento social” (FISCHER, 2002, p. 27). A autora acredita que a prática de parcerias entre as empresas e o

Terceiro Setor, nas ações de responsabilidade social, é positiva, pois todos tendem a ganhar – a empresa, as organizações não governamentais, o governo e a sociedade civil beneficiária.

No entanto, a mesma autora aponta que mais frequentemente, as empresas criam institutos, ou fundações para desenvolver suas atividades em responsabilidade social:

Esta iniciativa permite que a atuação empresarial tenha autonomia e espaço independente de administração e operação dos projetos sociais. É também uma forma de evitar que a ação social seja contaminada por eventuais problemas vivenciados pela empresa, como as oscilações de desempenho financeiro e mercadológico, as disputas pelo poder de controle e outras que afetam o cotidiano de qualquer organização (...)

Entretanto, a criação dessa entidade vinculada à empresa pode também trazer prejuízos à qualidade da atuação social. Um deles é a marginalização do conceito e da prática da Responsabilidade Social.

Muitas fundações estão bastante desvinculadas da empresa mantenedora, não havendo sinergia entre os negócios e a prática social. (FISCHER, 2002, p. 107).

A realização de parcerias entre o setor privado, a empresa, e organizações do Terceiro Setor, traria a possibilidade de impor à essas organizações um modelo de gestão fundado na eficácia e eficiência. As empresas financiadoras e as *grantmakers* brasileiras teriam a obrigação de fazer exigências quanto à utilização dos recursos e acompanhar todo o processo de gerenciamento dos projetos, sempre que possível visando sua sustentabilidade (FALCONER; VILELA, 2001).

VENTURA (2005) em pesquisa sobre a responsabilidade social no campo das organizações bancárias identifica dois tipos de formas de atuação:

- a) organizações criam instituto ou fundação, que funcionam como braços sociais das empresas;
- b) organizações inserem em sua estrutura um componente para tratar de Responsabilidade Social, variando a localização, o status e o porte da área:
 - Diretoria de RS ou similar (criadas a partir de 2001);
 - Assessoria ou Comitê
 - Programa ou Projeto de RS
 - Grupos ou Comitês informais

- Ações e doações para projetos e eventos sociais, culturais ou esportivos (pontuais ou permanentes)
- Ações pulverizadas na estrutura organizacional

Cabe mencionar que, mesmo no caso das empresas que apenas fazem parcerias, financiando projetos a questão da associação com a marca está sempre presente. Nesse caso, como explicita Joana Garcia: “As empresas escolhem suas instituições parceiras, agregam ao seu nome um conjunto de atributos relacionados aos projetos, ao público envolvido e, em alguns casos, à instituição operadora, e não precisam instituir mudanças significativas em sua organização, como instalação e contratação de pessoal para a linha de frente dos programas” (GARCIA, 2004, p. 43).

A questão das formas de atuação suscitam algumas questões consideradas importantes a pontuar, já que têm relação direta com resultados das escolhas. São questões referentes às implicações metodológicas e operacionais das diferentes alternativas de implementação da responsabilidade social na empresa. Ainda segundo Garcia:

A prática da parceria se dá prioritariamente com instituições de maior legitimidade, não só pelo aspecto técnico, mas também pelo político. Se a associação convém a ambos, as razões da conveniência são distintas. Um empresta a legitimidade ou o suporte institucional; o outro, os recursos e, na maioria dos casos, uma certa racionalidade para “solucionar” as questões da intervenção. Essa troca de “competências” não é livre de tensões e ambigüidades, já que não se trata necessariamente de uma convergência de projetos ou visões sobre o social, ou seja, cada qual pode participar da parceria com interesses e visões próprios. (GARCIA, 2004, p.22)

Outra questão que se coloca é se as empresas que criam organizações externas para lidar com as funções que transcendem o universo produtivo esperam “exportar os métodos gerenciais que orientam o mercado para o âmbito das relações sociais, projetos e intervenções sociais”.

De alguma maneira, esse paradigma de gestão empresarial tem contaminado instituições não empresariais, e tem levantado novos desafios para o Terceiro Setor, principalmente no que se refere à possibilidade de se compatibilizar uma lógica empresarial de obtenção de resultados e avaliações de custo x benefício com o campo social. As empresas, suas fundações ou institutos têm se organizado para lidar com a realidade do trabalho social, do convívio com diferentes dinâmicas de intervenção e resposta?

Além disso, outra questão que perpassa a escolha das formas de intervenção é a legitimidade do empresariado no desempenho de gestor de temas de interesse público e não privado. Atores tradicionais na área social questionam se é legítimo delegar às empresas, e talvez, principalmente empresas do setor financeiro - que nem sequer estão envolvidas diretamente na produção de bens - a tarefa de identificar o que é de interesse público, de interesse social. A crítica passa por indagar se a definição por determinadas áreas de atuação e, mais uma vez, como essa escolha e a destinação de recursos para seu financiamento compatibiliza o universo do social e os interesses econômicos.

Dependendo da forma organizacional de atuação, algumas ações de Responsabilidade Social Corporativa, podem ter impactos positivos e ou negativos nas estruturas internas das empresas mantenedouras. Espera-se, por exemplo, que uma forma de atuação através de uma Fundação, onde sua gestão é independente, o impacto interno na empresa seja menor que o de uma atuação direta, ou seja, o grau de integração da área social com a empresa deve ser menor.

Para efeito deste trabalho, forma de atuação indireta, compreende-se a gestão da área de RSC por meio de órgãos formalmente constituídos pelas empresas (Fundações/Institutos) e por atuação direta, a gestão das ações sociais são realizadas por meio de um setor ou área do próprio Banco.

Os Bancos pesquisados que possuem formas de atuação indireta são: Bradesco (Fundação + Instituto); Itaú (Instituto); HSBC (Instituto) e Unibanco (Institutos). Os Bancos com forma de atuação direta são ABNAMRO e Banespa/Santander.

O quadro abaixo, com base na literatura pesquisada, sintetiza os impactos internos das ações sociais, vis-à-vis, a forma de atuação definida pela empresa mantenedora.

GRAU DE INSERÇÃO DAS AÇÕES SOCIAIS EXTERNAS NA ESTRUTURA DAS EMPRESAS	VANTAGENS	DESVANTAGENS
MAIOR	Alta integração com o negócio da empresa, com as outras ações sociais (internas) da mesma e com outras dimensões desta.	Envolvimento no dia-a-dia da empresa (maior dependência)
MENOR	Não envolvimento no dia-a-dia da empresa (menor independência)	Baixa integração com o negócio da empresa, com as outras ações sociais (internas) da mesma e com outras dimensões desta.

Quadro 2 Grau de inserção das ações sociais externas na estrutura das empresas

O especialista em relações com o Terceiro Setor, Paulo Haus Martins, apontou uma série de motivos para que a empresa constitua uma pessoa jurídica diferente para atuar na área de responsabilidade social, ainda que isso não seja necessário (MARTINS, 2006).

A constituição de uma pessoa jurídica com estatuto próprio, missão e formas de gestão específicas, traz características singulares às intervenções sociais.

Segundo Martins, regularização das ações via fundações, institutos ou associações permite de imediato a regularização das relações e parcerias, minimizando riscos inerentes às atividades de responsabilidade social, como por exemplo, a questão do trabalho voluntário prestado por funcionários da empresa.

Importante ressaltar que as entidades não gozam de tratamento jurídico diferenciado no âmbito trabalhista. A regra geral a ser observada pelas entidades é a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e toda a legislação que lhe é complementar. A Lei nº. 9.608/98 regula o serviço voluntário e o caracteriza como a atividade não remunerada prestada por física a instituição pública de qualquer natureza ou a entidade privada de fins não lucrativos que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive mutualidade. Segundo a Lei, o serviço voluntário não gera vínculo empregatício nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afim.

É evidente também que a constituição de uma organização específica para a atuação social legitimaria determinadas ações, principalmente nas áreas de saúde, educação, meio ambiente que requerem expertise técnica. Isso gera a garantia e a percepção de maior segurança na intervenção para todos os envolvidos no processo – mantenedor, parceiros, usuários dos serviços, opinião pública. Em alguma medida, essa seria a maneira de afastar as críticas relacionadas à intervenção de um campo estranho – com suas práticas, valores e conceitos específicos do mundo dos negócios – no campo social, já que a organização se constitui em mais uma entidade do Terceiro Setor, portanto, um parceiro das organizações formadas historicamente na atuação social.

Além disso, lembra Martins (2006), que a constituição de uma forma jurídica, inserida no Terceiro Setor, abre para a organização a perspectiva de se relacionar com esse setor específico nos seus termos. Ou seja, a organização cria possibilidades mais amplas para a constituição de parcerias com governos, mercado e sociedade civil, inclusive organizações no próprio Terceiro Setor. A própria relação com a empresa mantenedora é otimizada, por exemplo, com a utilização dos recursos proporcionados pelos incentivos fiscais, que poderão se aplicados em projetos e programas da organização.

No entanto, há críticas contundentes a entrada das empresas, via organizações sem fins lucrativos mantidas pela empresa, no Terceiro Setor. Por exemplo, o economista Stephen Kanitz, afirma que o movimento de responsabilidade social empresarial tem feito muitas vítimas entre entidades tradicionais na área social. E vai além, questionando a legitimidade da ação empresarial:

Estamos vendo esse culto das empresas socialmente responsáveis, que pararam de doar para as entidades, criaram projetos próprios, dos quais elas não entendem, que normalmente surgem do departamento de marketing. Tem um estudo do ISER (Instituto de Estudos da Religião) mostrando de onde surgiram os premiados do Eco, que é da Câmara Brasil-Estados Unidos, que já tem quase 20 anos. É uma pesquisa séria e bem fundamentada, e ela descobriu com choque, há seis anos, que a maioria começou no departamento de marketing (KANITZ. 2003).

Segundo o economista, a atuação das empresas teria inclusive algumas conseqüências perversas:

O marketing descobriu o que é um projeto legal, que o consumidor vai gostar. As empresas hoje estão tirando pessoas habilitadas das entidades, pessoas já treinadas. Para treinar um líder social, as ONGs gastam de 10 a 12 anos de investimento. Estão

tirando a peso de ouro, e esse é o maior crime que eu vejo cometido por essas empresas socialmente responsáveis, desorganizando o que nós já tínhamos há 400 anos (KANITZ. 2006).

Para Kanitz, o fato de ser o setor de marketing que muitas vezes definem as ações de responsabilidade social em que a empresa deverá investir, implica em que nem sempre os recursos investidos em ações sociais estão aplicados em projetos que são realmente necessários para determinados grupos ou comunidades:

Então, por exemplo, os R\$ 200 mil que iam para um asilo de lepra que eu conheço, agora são gastos na própria empresa: R\$ 20 mil vão para o diretor de responsabilidade social, que agora está ganhando um salário legal, uns R\$ 25 mil vão para a agência de propaganda que vai fazer a divulgação do projeto, o assessor de imprensa recebe R\$ 10 mil. Vai ter um anúncio em alguma revista, que vai custar no mínimo R\$ 60 mil, tudo para ensinar balé a favelados, e o resto do dinheiro do projeto vai para o professor de balé. E a lepra no Brasil está crescendo. O Brasil, por incrível que pareça, tem mais lepra do que a Índia. Esse é o resultado da valorização das empresas socialmente responsáveis (KANITZ. 2006).

Kanitz, evidentemente não está sozinho ao rejeitar a participação das empresas em ações que interferem em questões públicas. Por motivações bem distintas, Kanitz tem a companhia do ilustre liberal Milton Friedman, que faz um contraponto substancial ao movimento pela participação do mercado na solução de problemas sociais.

FRIEDMAN (1988, p. 120) questiona a capacidade de discernimento dos empresários em decidir o que é responsabilidade social e o que constitui efetivamente o interesse social. Alega, outrossim, que os dirigentes das empresas executam tarefas em nome dos acionistas e sua única obrigação é para com os mesmos. O capital só deve “usar seus recursos e dedicar-se a atividades destinadas a aumentar seus lucros até onde permaneça dentro das regras do jogo”.

As contribuições para instituições filantrópicas e outras, segundo Friedman, devem ser feitas unicamente pelos indivíduos, que são em última análise os reais donos da propriedade em nossa sociedade. Os investimentos devem ser feitos pelo governo, a partir dos recursos auferidos através do recebimento de impostos.

As contribuições das empresas para propósitos de caridade e deduções do imposto de renda constituiriam um divórcio entre propriedade e controle. Segundo o autor, se instala aí um processo de afastamento da sociedade individualista e um avanço para o Estado corporativo.

Friedman é contundente em sua rejeição a práticas de responsabilidade social empresarial:

Há poucas coisas capazes de minar tão profundamente as bases de nossa sociedade livre do que a aceitação por parte dos dirigentes das empresas de uma responsabilidade social que não a de fazer tanto dinheiro quanto possível para seus acionistas. (FRIEDMAN, 1988, p.171)

A utilização das isenções fiscais para a implementação de programas e projetos sociais, inclusive por meio de doações a fundos específicos, como os Fundos Municipais da Criança e do Adolescente também têm sido questionadas até mesmo por seus administradores. Por exemplo, Marcelo Garcia, Secretário Municipal de Assistência Social do Rio de Janeiro, questiona artigo anterior que defendia a prática salientando suas limitações: “A lógica dessa filantropia é definir por ações de visibilidade. Não cruza os fossos da exclusão e não vai a lugares de extrema miséria” (GARCIA M., 2007).

Para o Secretário as ações de filantropia seriam feitas com os recursos provenientes do lucro, e afirma que renúncia fiscal não é filantropia:

Quando uma empresa deixa de pagar Imposto de Renda para doar para um fundo, ela não está fazendo uma doação, e sim deixando de pagar imposto que poderia ser redistribuído para todo o Brasil. Filantropia ocorre quando a empresa retira recursos de seu lucro para fazer ações sociais. Ao fazer um repasse para um fundo da criança, a empresa não está fazendo doação, e muito menos filantropia. Ela está deixando de destinar aos cofres públicos recursos que poderiam fortalecer ações governamentais.(...)

No artigo, Marcelo Garcia também procura situar os papéis e funções dos atores:

Quem combate pobreza é o Estado. Não podemos banalizar o volume das renúncias fiscais. E não podemos tangenciar responsabilidades. O Estado é a inteligência do processo de combate à pobreza, e não mero coadjuvante.

Como já apontava Kanitz, ele também indica as determinantes da opção das empresas por determinadas ações sociais:

Em geral, a lógica dessa filantropia é definir por ações de visibilidade e de proximidade dos meios de comunicação. A lógica da filantropia não atravessa os fossos da exclusão e não atua em lugares de extrema miséria e vulnerabilidade social. Essa parte fica sempre com as ações estatais. E onde não há empresas? Lá não haverá recursos do fundo da criança?
(...)

Nós não queremos uma filantropia egoísta e preocupada com sua própria lógica. Queremos uma ação da sociedade brasileira coordenada pelo Estado brasileiro como um todo e que defina ações e metas para toda a população. Mas, se é para decidir,

nós já decidimos. Vamos pagar o Imposto de Renda e discutir em nossos conselhos as prioridades de cada cidade, Estado e União. Vamos priorizar, dessa vez, os vulneráveis da sociedade, e não os desejos de quem quer "ajudar" por meio de um recurso que, na verdade, é público, e não privado.

A discussão sobre o papel sobre a importância da RSC chegou ao ponto das empresas tratarem-no em termos de serem um diferencial ou uma condição, um requisito. Exemplo disso foi o workshop realizado pelo Banco Itaú no Rio de Janeiro em 2007, voltado exatamente para esta questão, a começar pelo título do evento: da série “Diálogos Itaú de Sustentabilidade: Sustentabilidade nos Negócios, Diferencial ou Condição?”

3 METODOLOGIA

3.1 PESQUISA CIENTÍFICA E MÉTODOS

Segundo GIL (2006), um conhecimento para ser considerado científico precisa ter como característica fundamental a sua verificabilidade. Já para BOOTH (2000), “Pesquisar é simplesmente reunir informações necessárias para encontrar resposta para uma pergunta e assim chegar à solução de um problema”.

Ainda para Booth (2000),

Redigir um relatório de pesquisa, é, simplesmente uma questão de pensar por escrito... pensar por escrito pode ser mais metódico, sistemático, abrangente, completo e mais adequado àqueles que têm pontos de vista diferentes – mais ponderado – do que quase todas as outras formas de pensar.

Em síntese, portanto, pesquisar é um processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico e o seu objetivo fundamental é descobrir respostas para problemas por meio de procedimentos científicos. Assim, os métodos de pesquisa, bem como os instrumentos utilizados, devem ser escolhidos e organizados de acordo com o propósito de cada investigação. O sucesso da pesquisa será determinado pela perfeita adequação e modulação entre esses elementos (GIL, 2006).

Uma vez definido o objeto da pesquisa, pode ser feita a escolha da metodologia a ser utilizada, a partir desta metodologia serão definidas as técnicas específicas e formas de coleta e análise dos dados, que levarão à conclusão final.

A adoção de um ou outro método depende de muitos fatores: da natureza do objeto que se pretende pesquisar, dos recursos materiais disponíveis, do nível de abrangência do estudo e sobretudo da inspiração filosófica do pesquisador (GIL 2006).

Segundo BABIE (1998), na prática, teoria e pesquisa interagem num processo interminável e alternado de dedução e indução, sendo ambas as rotas para a construção de teorias sociais,

ainda que haja preferência por um ou outro método; o trabalho científico é, então, uma ponte de mão dupla. Porém, frequentemente cientistas sociais iniciam a construção teórica por meio do método indutivo.

A figura abaixo apresenta um roteiro básico de toda a atividade de pesquisa adotada neste trabalho:

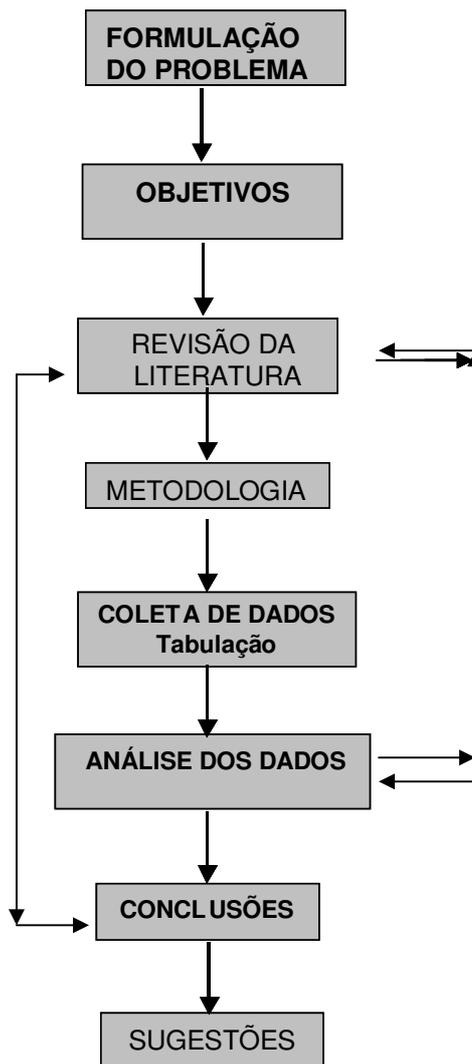


Figura 1 Fases do processo de pesquisa.

O processo da pesquisa é cíclico, no sentido de que ele provavelmente não será desenvolvido de forma seqüencial do início ao fim, mas sim, terá um grande número de realimentações durante a sua execução (BRYMAN, 1989) o que, efetivamente, ocorreu neste trabalho.

Visando atender aos seus objetivos, uma pesquisa pode ser classificada segundo Vergara (1999), da seguinte forma:

Quanto aos meios: como pesquisa bibliográfica quando recorre ao uso de material acessível ao público em geral, como livros, artigos em revista e Internet. Será também documental, quando se utilizam documentos e relatórios de organizações privadas, não disponíveis para consultas públicas.

Quanto aos fins: como pesquisa exploratória quando visa prover o pesquisador de maior conhecimento sobre o tema ou problema, esclarecendo e modificando conceitos e idéias, especialmente com vistas à formulação de problemas mais precisos e hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Também é descritiva, quando o seu objetivo primordial é a descrição das características de determinado fato ou fenômeno.

E é neste segundo caso que nos enquadrados: trata-se aqui de uma pesquisa exploratória de uma hipótese corrente na literatura sobre Responsabilidade Social Corporativa, com base em uma amostra específica e tendo por pesquisa de campo a técnica de pesquisa.

Segundo definição de GIL (1999) a abordagem adotada neste trabalho é uma combinação de observações e comparações sendo que o primeiro consiste na simples observação de algo que acontece ou já aconteceu; o segundo procede pela investigação de fenômeno ou fato, com vistas a ressaltar as diferenças e similaridades entre eles.

3.2 A AMOSTRA

Para MARTINS (2002, p.43), a população é o “conjunto de indivíduos ou objetos que apresentam em comum determinadas características definidas para o estudo. Amostra é um subconjunto dessa população”. Neste caso, baseou-se em uma amostra não-probabilística, ou seja, não foi utilizado nenhum método ou técnica de amostragem ou formas aleatórias de seleção.

Foram definidas como amostras da pesquisa seis instituições financeiras de grande porte estabelecidas no Brasil. Foram estabelecidos alguns preceitos, tais como: representatividade dos estabelecimentos em relação ao segmento definido como objeto de estudo da pesquisa e foram escolhidos bancos que atuam em RSC através de diferentes formas organizacionais, a fim de possibilitar a comparação entre os diferentes processos.

Tabela 2

Banco	Ativo Total	Patrimônio Líquido	Lucro Líquido	Número de Agências
BRABESCO	213.302	24.756	5.010	3.018
ITAÚ	205.156	28.208	6.905	2.534
UNIBANCO	97.785	10.019	1.799	934
ABNAMRO(REAL)	119.160	10.587	1.684	1.095
HSBC	58.265	4.111	947	935
SANTANDER BANESPA	102.125	7.975	1.200	1062
Total: Bancos Pesquisados	795.793	85.656	17.545	9.578
Total Consolidado Bancário (104 Instituições)	1.726.854	159.919	33.153%	18.386*
Percentual de Participação	46,%	53,5%	52,9%	52,1%

R\$ milhões Base:Dezembro 2006

Fonte Banco Central do Brasil

De acordo com a classificação das instituições financeiras apresentadas acima, o tamanho da amostra obtida representa uma porcentagem significativa do universo dos bancos comerciais. É preciso apontar que os maiores bancos nacionais considerados os itens Ativo Total, ou Número de Agências – Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal – são instituições públicas. Não foram selecionadas para essa pesquisa, uma vez que estudar sua forma de atuação implicaria considerar variáveis distintas daquelas consideradas para o estudo dos bancos privados. Considerado que a atuação em responsabilidade social das instituições financeiras de públicas, passa também por políticas públicas de intervenção social, que não são objeto desse estudo.

Retomando o que foi dito nos objetivos, formulação do problema e revisão da literatura estaremos dividindo os bancos entre aqueles que têm RSC direto, isto é, como parte (e dentro)

da empresa (ABN Amro REAL e Banespa/Santander) e outros que a executam através de terceiros, de entidade distintas das empresas. Neste caso, estão o Bradesco, o Itaú, o Unibanco e o HSBC.

A metodologia escolhida para a pesquisa apresentou algumas dificuldades e limitações devido à atualidade do tema, tais como, pouca bibliografia existente e a falta de literatura específica sobre as formas de atuação em responsabilidade social corporativa e muito especialmente a enorme dificuldade em se obter respostas ao questionário produzido. Essas dificuldades provêm basicamente de um necessário “sigilo” empresarial, agravado no “case” pelo sigilo bancário.

3.3 TÉCNICA DA PESQUISA E SUAS LIMITAÇÕES

Para cumprimento dos objetivos específicos da pesquisa, o meio básico a ser utilizado é a pesquisa de campo.

A pesquisa de campo envolve a observação direta no ambiente das empresas selecionadas, a pesquisa documental e entrevistas com representantes das diversas organizações. Estas entrevistas têm o objetivo específico de elucidar dúvidas ou complementar informações obtidas através da análise dos questionários respondido pelas instituições pesquisadas.

Os estudos de campo oferecem maior flexibilidade e aprofundamento das questões propostas na pesquisa e pode acontecer que seus objetivos sejam reformulados ao longo do processo. No estudo de campo tende-se a utilizar muito mais técnicas de observação do que de interrogação.

LAZARINI (1995) apresenta as seguintes limitações do método do estudo de caso: o pequeno tamanho da amostra; a ausência de critérios rigorosos para escolha da amostra e, a natureza subjetiva do processo de mensuração. Essas questões podem ser relacionadas com o “rigor científico” e, YIN (2001) chama a atenção para o fato de que os procedimentos não são normalmente, “rotinizados”, o que faz com que as habilidades necessárias aos pesquisadores sejam “muito maiores do que as exigidas por outros métodos”, de forma que o autor afirma

que o estudo de caso, como estratégia de pesquisa, é difícil de ser conduzido. O autor também chama a atenção de que a “experiência e a personalidade do pesquisador, assim como o seu preparo – no método e inteligência vão parcialmente determinar a sua efetividade na condução da pesquisa”. Desta forma, o estudo de caso considera e concebe a subjetividade da interpretação pessoal do pesquisador que interferirá no resultado final do estudo.

Entendido que a estratégia adotada nesta pesquisa é pertinente, uma vez que se busca, nesta dissertação, a identificação das formas de atuação em Responsabilidade Social das empresas pesquisadas, através do estudo de caso, com pesquisa de campo e análise dos instrumentos disponíveis na literatura existente, internet, documentação publicada e outras formas de pesquisa.

A experiência na pesquisa sobre Determinantes da Responsabilidade Social Corporativa no Setor Bancário, concluída recentemente, antecipou as grandes dificuldades em se obter informações do segmento escolhido, devido o alto grau de sigilo que envolve o setor. Também explica as dificuldades em se obter informações, a pouca ou quase nenhuma sinergia existente entre as áreas de atuação em RSC das organizações pesquisadas e as demais áreas de atividades afins do segmento.

A coleta de dados para a elaboração da presente dissertação foi feita por meio de questionários e entrevistas qualitativas estruturadas, com representantes dos bancos, complementadas por informações recolhidas na Internet, nos *websites* das organizações bancárias e suas fundações e institutos, identificadas como objeto do trabalho e por meio de pesquisa na mídia.

Os questionários foram anexados em correspondência do Professor Orientador, e enviados aos responsáveis pela gestão das ações da área de Responsabilidade Social, identificados como presidentes e diretores de institutos, fundações, associações; gerentes de responsabilidade social, diretores de bancos, diretores da área de marketing. (Anexo D). Foram entrevistados executivos seniors, tais como Vice-Presidentes, Diretores e Superintendentes, da área fim dos bancos e das áreas gestoras das ações sociais.

4 OS BANCOS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO BRASIL

4.1 UM PANORAMA

A adoção da Responsabilidade Social Corporativa pelo setor bancário é um fenômeno em expansão e sedimentação. O próprio desenvolvimento do capitalismo e as contradições inerentes ao sistema requerem do empresariado uma nova postura em relação à sociedade e ao meio ambiente. Incorporar as demandas sociais principalmente nos países em desenvolvimento, onde as condições de vida dos segmentos mais pobres da população constituem uma denúncia da desigualdade social, passa a ser minimamente uma resposta ética e necessária do empresariado.

Principalmente por formarem o setor dos intermediários financeiros e por serem uma atividade não produtiva, historicamente os bancos são associados à especulação, e precisam dar respostas concretas e eficazes às demandas sociais que, no Brasil, começam a ganhar consistência política a partir do processo de abertura, e se firmando na década de 90.

Hoje, o empresariado brasileiro, e no caso em estudo, o setor bancário, incorpora discursos e práticas do Terceiro Setor, utilizando a justificativa do bem comum para a adoção de práticas sociais. Por sua capilaridade, o setor bancário deve ser um definidor e multiplicador de práticas bem sucedidas. Já existem ações de responsabilidade social a partir da união de diversas instituições financeiras, como o Programa Aliança Social pela Educação, que criou, em 2000, o programa Banco Escola. A Aliança é formada pelo ABN Amro Bank, Citibank, Fundação Banco do Brasil, JP Morgan e Santander Banespa.

Cabe mencionar que, segundo pesquisa realizada⁵ o consumidor já não identifica as ações de responsabilidade social como um diferencial de uma marca. Apontam que as grandes empresas não “fazem mais que sua obrigação” ao investir na área social, e condenam a utilização dessas ações como instrumentos de marketing. No caso dos bancos, com a dimensão dos lucros líquidos que são amplamente divulgados pela mídia a cada final de ano,

⁵ Pesquisa realizada em junho/julho de 2006 pela Clínica de Comunicação e Marketing, SP, e apresentada no 4º Seminário de Comunicação por Patrocínio e Cidadania Corporativa, São Paulo, 15 e 16 de agosto de 2006.

as ações de responsabilidade social deverão ter um impacto bastante significativo para que sejam percebidas menos como uma “obrigação”, uma contrapartida justa, e mais como um valor diferencial das bandeiras de cada instituição.

A Federação Brasileira de Bancos, FEBRABAN, principal entidade representativa dos bancos brasileiros, fundada em 1967, tem tido um papel fundamental na disseminação das práticas de responsabilidade social no setor bancário. Publica anualmente o Relatório Social, focando as ações de todos os seus associados.

A FEBRABAN tem 115 associados num total de 159 instituições operando no Brasil. A sua Missão é “representar seus associados, objetivando a melhoria contínua e a eficiência do sistema financeiro e suas relações com a sociedade, contribuindo assim para o desenvolvimento econômico e social do país. A visão da Federação é que: “Um sistema financeiro saudável, ético e eficiente, é condição essencial para o desenvolvimento econômico e social do país. (FEBRABAN, 2006).

A FEBRABAN foi a primeira entidade a preparar um Relatório Social para divulgar as ações de seus associados, em 1993, muito antes de esse tipo de informação se tornar um documento de ampla divulgação no meio empresarial. Em 2002, criou a Comissão de Responsabilidade Social, com status de diretoria técnica e este ano lançou a Câmara Técnica de Finanças Sustentáveis, com o objetivo de trazer as dimensões sociais e ambientais para o dia-a-dia de seus associados.

No Relatório Social 2006, o Diretor da Federação, na apresentação, assim caracterizou sobre o sistema financeiro e a responsabilidade social.

O modelo de desenvolvimento que perseguimos é aquele que alia resultados econômicos com preocupação social e ambiental. Assim, com os avanços citados acima, vale lembrar que, no aspecto financeiro, os bancos vivem um ótimo momento, acompanhando o País como um todo. Esse círculo virtuoso deve ser alimentado sempre, pois um mercado financeiro saudável é imprescindível para o bom funcionamento da economia e para a melhoria das condições de desenvolvimento do Brasil (FEBRABAN, 2006).

Para o diretor, é fundamental a garantia do acesso aos serviços bancários e a inclusão no sistema financeiro formal:

Em 2006, a proporção do crédito privado no Produto Interno Bruto (PIB) galgou nada menos de dez pontos percentuais em apenas quatro anos, de 24% em 2002, para 34% em 2006, com base nos dados antes da revisão do PIB. Cresceu para as pessoas físicas e para as empresas. Um grande número de indivíduos e empresas que antes não tinha acesso ao crédito bancário e aos serviços financeiros passou a ter. (...) (FEBRABAN, 2006)

A Febraban, ainda segundo o referido relatório, compromete-se a continuar trabalhando para a inclusão social ao sistema financeiro nacional:

Olhando para o futuro, precisamos buscar oferecer mais transparência e aproximar a qualidade dos nossos serviços das expectativas dos nossos clientes. Vamos continuar a trabalhar para disseminar cada vez mais o acesso aos serviços financeiros e ao crédito. Isso significa criar produtos, serviços e condições favoráveis especificamente para facilitar o acesso e a inclusão no sistema financeiro formal, com ações de educação financeira. Isso poderá ser feito de uma maneira mais produtiva com o aumento da transparência e com o diálogo. (FEBRABAN, 2006, p.9)

Sonia Favareto, diretora de responsabilidade social da Federação, questionada sobre o que é possível melhorar na atuação social dos bancos, afirmou que:

O sistema bancário está inserido no contexto sócio-econômico brasileiro, ou seja, para avançarmos de forma importante, em escala e com poder transformador sempre precisamos de políticas públicas inseridas em um contexto macro. No entanto, ano a ano, os bancos vêm abrindo novas fronteiras em suas ações sociais, seja no tocante a seus funcionários, em estreitas parcerias com órgãos sindicais, seja no investimento social propriamente dito, junto às comunidades menos favorecidas. (www.responsabilidadesocial.com.br, acesso em 25 de novembro de 2007)

Como já foi mencionado, o sistema bancário brasileiro tem, hoje, grande capilaridade, e, portanto, forte poder de formação de opinião através de campanhas educativas e mesmo de publicidade. O setor bancário percebe e divulga os seus serviços também por seu cunho social. O relatório da FEBRABAN de 2006 lembra que os serviços bancários transcendem a questão econômica, “mas são também uma forma de inclusão social, de garantir cidadania e fomentar o crescimento econômico”. (FEBRABAN, 2006, p. 21). Ainda segundo a FEBRABAN (2006), houve, em 2006, um crescimento de 7,9% no número de contas correntes, que totalizam 102,6 milhões.

Os serviços bancários, atualmente, são oferecidos por outros canais de atendimento, além das agências tradicionais, como postos eletrônicos e correspondentes. Esse último canal de atendimento, segundo a FEBRABAN (2006) cresceu acentuadamente nos últimos três anos, permitindo o acesso a serviços bancários em localidades distantes dos grandes centros.

Na apresentação do Relatório Social 2006, da Febraban, o diretor Fabio Coletti Barbosa, avaliando o sistema financeiro nacional, faz a articulação com o papel social das instituições financeiras:

Hoje, as informações trafegam rapidamente em todo o mundo, impactando mercados e a vida das pessoas. O conceito de independência está se tornando coisa do passado. Sozinhos, seja como empresas, seja como sociedade civil, seja como governo, não vamos a lugar algum. Se por um lado não há como existir uma sociedade saudável sem empresas fortes, por outro lado também não é possível haver empresas fortes se a sociedade não for saudável.

Ainda segundo o mesmo relatório, as atividades de responsabilidade social – as escolhas dos projetos, a definição dos investimentos e avaliação de resultados, acontecem por meio de institutos, fundações e setores dos bancos. Mais de 60% dos bancos pesquisados para o relatório, declaram ter áreas específicas para gerenciamento das ações de responsabilidade social. Segundo o relatório, essa especialização:

permite que as instituições desenvolvam processos sistemáticos de avaliação das ações, monitorando programas e projetos, e sistematizando e divulgando resultados. Em 3% dos bancos, esse acompanhamento é realizado por parceiros externos, possibilitando um maior grau de transparência dos resultados obtidos com políticas de desenvolvimento social.(FEBRABAN, 2006)

No caso específico do setor bancário, considerando-se os números publicados e citados a seguir, é inegável o avanço da prática de responsabilidade social, estando as organizações financeiras entre os maiores investidores sociais do país.

Segundo o Relatório Social de 2006 da Febraban (FEBRABAN, 2006, p.118), os investimentos sociais, dos bancos, destinados às comunidades somaram R\$ 1.151,0 milhões em 2006, 91,1% acima de 2003. Exclusivamente para projetos culturais foram R\$ 250,5 milhões. Em iniciativas sociais, o valor foi de R\$ 654,0 milhões. Do total, R\$ 246,5 milhões, (70,15%) acima do ano anterior, representaram recursos de incentivo fiscal.

No geral, segundo a Febraban, foram apoiados ou desenvolvidos pelos bancos 40.398 projetos, que beneficiaram diretamente 7,5 milhões de pessoas (sendo 3 milhões em ações de combate à fome e segurança alimentar) e indiretamente mais 20,8 milhões.

Os projetos em educação, prioridade definida pela maior parte dos bancos, receberam o maior volume de investimentos: de R\$ 303,7 milhões em suas várias categorias ou o equivalente a 46,5% do total destinado a projetos sociais. Destaca-se, também, o volume investido na área

de esportes, onde foram aplicados R\$ 113,0 milhões em 2006 (17,3% do total). Os projetos com Isenções Fiscais em 2006 atingiram R\$ 246,5 milhões ou 37,7% do total geral dos investimentos sociais.

Investimentos sociais e culturais (R\$ milhões)				
	2006	2005	2004	2003
Educação				
Educação escolar	177,5	139,0	182,9	183,7
Atividades complementares à escola	28,7	27,5	22,6	10,6
Apoio a bibliotecas e incentivo à leitura	16,1	5,0	0,9	0,9
Erradicação do analfabetismo	5,5	17,6		
Apoio à universidade pública, a programas do Ensino Superior e a universitários	30,0	25,5	12,3	12
Educação profissionalizante	45,9	30,5	18,3	1,0
Desenvolvimento comunitário				
Apoio à comunidade	5,7	13,8	46,4	2,2
Combate à fome e segurança alimentar	0,6	145,8	6,9	8,9
Erradicação da pobreza e combate às desigualdades sociais	82,1	2,8	1,7	1,6
Assistência social				
Doações e apoios pontuais	69,0	11,8	4,0	0,5
Atendimento a necessidades básicas	15,3	2,8	1,7	6,5
Direitos da criança e do adolescente				
Erradicação do trabalho infantil	0,2	0,1	0,1	22,3
Apoio ao Fundo da Infância e Adolescência	17,6	6,7	-	-
Esporte				
Esporte	113,0	93,9	75,8	168,2
Saúde				
Saúde	3,9	3,9	5	7,7
Meio ambiente				
Meio ambiente	18,0	13,8	16,4	3,4
Terceira idade				
Terceira idade	10,0	10,7	7,2	4,3
Valorização da diversidade				
Valorização da diversidade	0,9	1,6	1,6	2,1
Programas ou projetos de Voluntariado				
Programas ou projetos de Voluntariado	1,5	1,3	1,3	1,4
Outras categorias de projetos sociais				
Outras categorias de projetos sociais	12,1	42,3	33,2	15,5
Microcrédito				
Microcrédito	0,4	15,1		
Total de investimentos sociais	654,0	611,5	446,0	456,9
Cultura e preservação do patrimônio cultural				
Cultura e preservação do patrimônio cultural	250,5	245,5	298,9	93,4
Total	904,5	857,0	744,9	550,3
Investimentos incentivados (R\$ milhões)				
	2006	2005	2004	2003
Lei Rouanet (Lei nº 8.313)	109,3	65,9	56,5	33,1
Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685)	7,3	8,9	7	4,5
Fundo de Direito da Infância e da Adolescência (Lei nº 8.069)	68,2	62,6	11,1	10,1
Instituições de Utilidades Pública Federal (Lei nº 9.249)	56,9	5,7	0,4	0,7
OSCIPI (MP nº 2113-32)	4,2	0,9	0,6	-
Outras (leis municipais, estaduais, etc.)	0,5	0,9	5,9	3,3
Total	246,5	144,9	81,5	51,7
Total Geral	1.151,0	1.002,0	826,4	602,0

Figura 2 Investimentos sociais e culturais

Fonte: Relatório Social FEBRABAN 2006

Os números acima são inegavelmente substanciais considerando o montante investido no campo da Responsabilidade Social Corporativa, no entanto, estes investimentos são geridos em diferentes formas organizacionais. Pode-se questionar então, qual é, efetivamente, a melhor forma para se atingir um resultado eficaz.

Definindo áreas distintas e elegendo formas de atuação também diferentes, os bancos têm assumido um papel relevante na área cultural e social. O Unibanco, por exemplo, financia o Instituto Unibanco, de ação social, e o Instituto Moreira Salles, na área de cultura, ambos reconhecidos em suas áreas de atuação como importantes atores. O Instituto Itaú Cultural, patrocinado pelo Banco Itaú, também se destaca no universo de arte e cultura, promovendo importantes eventos e artistas nacionais.

As formas e áreas de atuação dos bancos pesquisados encontram-se na tabela a seguir. Informações mais detalhadas estão contidas no Anexo E desta.

Tabela 3 Síntese da Atuação dos Bancos em Ações Sociais

BANCO	FORMA DE ATUAÇÃO	ÁREA DE ATUAÇÃO PRIORITÁRIA	REGIÃO DE ATUAÇÃO
BRADESCO	Fundação Bradesco	Educação	Nacional
	Projeto Finasa Esportes	Esportes	São Paulo
	Investimentos em projetos culturais, de preservação de patrimônio e desenvolvimento comunitário	Cultura e Assistência Social	nacional
ABNAMRO REAL	Investimentos em projetos e programas sociais, culturais e esportivos. Funcionários criaram o Instituto Escola Brasil patrocinado pelo Banco.	Foco no Meio Ambiente / Sustentabilidade. Investimentos também nas áreas de cultura, educação e desenvolvimento comunitário	Nacional
UNIBANCO	Instituto UNIBANCO	Educação de Jovens	Nacional
	Instituto Moreira Salles	Cultura	Rio de Janeiro e São Paulo
	Associação Clube A	Apoio a aposentados, pensionistas. Cultura e Lazer	São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre
ITAÚ	Itaú Cultural	Cultura	São Paulo
	Fundação Itaú Social	Educação e Saúde	Nacional
HSBC	Instituto HSBC	Educação(75%) Meio Ambiente (15%), Desenvolvimento Comunitário (10%)	Nacional
	Diretamente, através de área específica e parcerias	Educação	Nacional
BANESPA/ SANTANDER	Investimentos em projetos executados por organizações não governamentais, OSCIPS e associações	Foco na educação universitária, mas com investimentos em desenvolvimento comunitário, cultura, esportes e direitos da criança e do adolescente.	Majoritariamente Sudeste e Sul do Brasil

4.2 ANÁLISE DOS DADOS

Objetivando traçar um quadro da inserção dos tipos de engajamento em RSC na dinâmica do banco e os impactos internos que estas eventualmente tenham causado na instituição, identificar os determinantes que os motivaram a implantação destas ações na instituição, e por último as atuais motivações que os levam a manter estes investimentos, o questionário respondido pelos bancos pesquisados continha as seguintes questões:

- a. Qual a motivação que levou a instituição a adotar a Responsabilidade Social?;
- b. Qual a forma organizacional ou institucional o banco adotou para implementar suas ações de RS?;
- c. Quais os impactos internos que a forma organizacional escolhida pelo banco, implica na organização?;
- d. Quais as ações mais importantes e quais as menos importantes na orientação do atual perfil das ações de RS do banco?.

Para objetivar as respostas, foram apresentadas uma listagem de afirmações a respeito das ações de RSC e os bancos apenas assinalaram as que entendiam ser corretas ou não, importantes ou menos importantes (Anexo D).

Além disso, a pesquisa valeu-se de entrevistas estruturadas com o mesmo objetivo (Anexo D) e aqui estaremos analisando os dados obtidos seguindo a ordem das questões acima.

Determinantes da adoção de ações de RSC

Cabe notar, de início que, as motivações mais importantes apontadas na adoção direta ou indireta das ações de Responsabilidade Social nas instituições pesquisadas, foram, “atender a demandas sociais da comunidade e/ou grupos necessitados”; “intervir valores éticos em seus negócios” e “adotar um relacionamento ético com os empregados” foram motivações unanimemente reconhecidas como as mais importantes em ambos os casos. Isto significa que a forma de atuação em RSC praticamente, não refletiu nas motivações que levaram os Bancos a adotá-las.

Por outro lado, houve semelhante visão como “menos importante” no que diz respeito às diferentes formas de adoção de RSC quanto ao uso dos benefícios fiscais.

Aqueles que optaram por uma ação direta dividiram-se meio a meio no que diz respeito a “responder exigências de acionistas e diretores”, “responder à pressão dos consumidores” e “melhorar ganhos de produtividade”. Sendo que 3 dos 4 bancos que optaram por ações indiretas consideravam todos esses itens “menos importantes”, o que destoava do que a literatura esperava.

MOTIVAÇÃO NA ADOÇÃO DE RSC	ATUAÇÃO INDIRETA		ATUAÇÃO DIRETA	
	Mais Importante	Menos importante	Mais Importante	Menos importante
1 Atender a demandas sociais da comunidade e/ou de grupos	4		2	
2 Melhorar a competitividade no mercado	1	3		2
3 Beneficiar-se de incentivos fiscais tributários		4		2
4 Inserir valores éticos nos seus negócios	4		2	
5 Visão do Estado como incapaz de resolver os problemas sociais	1	3		2
6 Responder a exigências dos acionistas e diretores	1	3	1	1
7 Responder à pressão dos consumidores	1	3	1	1
8 Adotar um relacionamento ético com os empregados	4		2	
9 Melhorar ganhos de imagem ou produtividade	1	3	1	1
10 Juntar-se à tendência do setor de adotar Responsabilidade Social	1	3		2

Quadro 3 – Motivação na adoção de RSC

Como também podem ser visto no Gráfico 1, apenas um dos bancos respondeu como motivação importante, o item “Visão do Estado como incapaz de resolver os problemas sociais”. No entanto, nas entrevistas houve unanimidade na afirmação de que o Estado não tem como resolver os problemas sociais, sem a participação das empresas. Um dos responsáveis pela área de RSC de um banco que atua indiretamente afirmou textualmente, que

“Nós achamos que o governo sozinho não pode fazer tudo. Nós temos uma certa responsabilidade social”. Outro titular de área de RS que também atua indiretamente, sugeriu algo semelhante em entrevista estruturada:

Todas as ações desenvolvidas nesta área sempre foram vistas como uma forma de contribuição com a Sociedade, em complemento às ações do Estado, tanto que ainda não possuímos indicadores para mensuração de alterações na Imagem ou Resultado da empresa, levando-se em consideração as ações sócio-Ambientais.

Ecoando uma segmentação inusitada, o executivo salientou ainda que, “esta era uma visão da Fundação e não necessariamente do Banco, uma vez que a área de Responsabilidade Social no Banco foi criada recentemente”, já outro executivo da área comercial desse mesmo banco informou que:

As ações de responsabilidade social do banco, não são determinantes na conquista ou manutenção de clientes/negócios, mas são importantes pela imagem que transmitem.

Por outro lado, apenas dois dos seis bancos, com diferentes engajamentos em RSC, definiram como mais importante, a afirmação de que o objetivo da adoção era melhorar ganhos de imagem ou produtividade, sendo um em cada tipo de atuação.

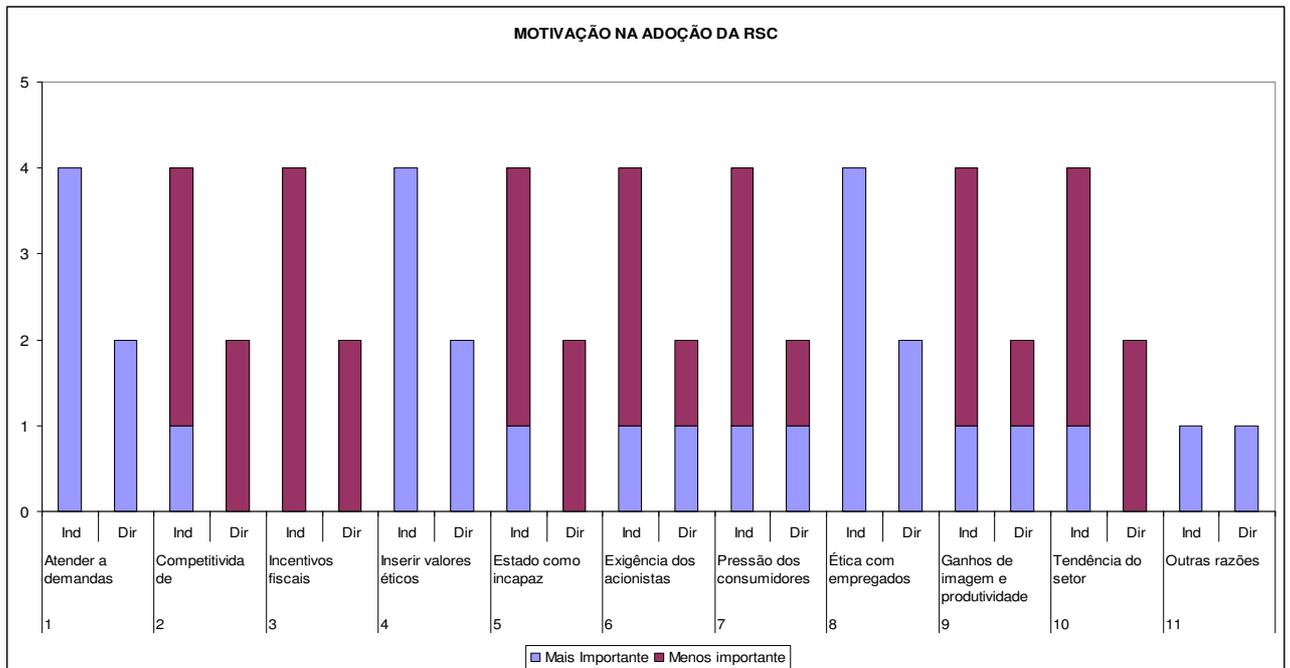


Gráfico 1 – Motivação na adoção da RSC

Relata-se agora o segundo item do questionário e das entrevistas, “motivação **atual** das ações sociais dos bancos pesquisados” que possivelmente traduzem as razões para o atual enfoque dos bancos sobre a forma de envolvimento com RSC

MOTIVAÇÃO ATUAL DE RSC		ATUAÇÃO INDIRETA		ATUAÇÃO DIRETA	
		Mais Importante	Menos importante	Mais Importante	Menos importante
1	Atender a demandas sociais da comunidade e/ou de grupos necessitados	4		2	
2	Melhorar a competitividade no mercado	2	2	2	
3	Beneficiar-se de incentivos fiscais tributários		4	1	1
4	Inserir valores éticos nos seus negócios	4		1	1
5	Visão do Estado como incapaz de resolver os problemas sociais	2	2		2
6	Responder aos acionistas e diretores	1	3	1	1
7	Responder à pressão dos consumidores/correntistas	1	3	1	1
8	Adotar um relacionamento ético com os empregados	4		2	
9	Melhorar ganhos de imagem ou produtividade	1	3	2	1
10	Juntar-se à tendência do setor de adotar Responsabilidade Social	1	3	1	1
11	Outras razões que julgar importante	1		1	1

Quadro 4 Motivação atual das ações sociais dos bancos pesquisados

Assim no que diz respeito às motivações atuais em investir em ações sociais, as que mais se destacaram, com 100% dos bancos pesquisados, foram: “atender a demandas sociais da comunidade e/ou de grupos necessitados” e “adotar um relacionamento ético com os empregados”. Ou seja, os diferentes enfoques direto e indireto de RSC não influíram nestas.

No que concerne à busca de melhorias da “competitividade no mercado” dois envolvidos com ações indiretas dos quatro consideraram esta uma razão menos importante.

Como pode ser visto no gráfico 3 dos quatro bancos consideraram razões “menos importante” para a adoção de RSC, responder a “acionistas e diretores” e à “pressão de consumidores/correntistas”, de um lado. De outro tiveram o mesmo peso “juntar-se à tendência do setor” e “melhorar ganhos de imagem ou produtividade”

Ao se comparar as mesmas questões abordadas na adoção de Responsabilidade Social com as atuais motivações, não foram identificadas mudanças importantes. Por exemplo, o item “atender as demandas sociais da comunidade e/ou de grupos necessitados” e “adotar um relacionamento ético com os empregados”, continuam sendo considerados por todos os respondentes como o mais importante, independentemente da forma de atuação em RSC.

Já “inserir valores éticos nos seus negócios” permanece apontado por cinco bancos como valor motivacional para o engajamento em RSC e a única exceção foi um Banco com ação direta.

Por outro lado, destaca-se também, a manutenção no posicionamento quanto à questão dos incentivos fiscais. Quando da adoção das ações sociais, nenhuma instituição a considerou como importante. O único a ser considerar, atualmente, os benefícios fiscais como importante na manutenção das ações sociais, é um banco que mantém diretamente a gestão da área social.

Entretanto, nota-se uma mudança sobre a “competitividade no mercado”. Como motivo para ações de RSC, nas respostas das motivações que levaram a instituição a adotar a RSC, apenas um banco considerou esta razão como importante. Nas motivações atuais, quatro dos seis bancos, incluindo-se os dois bancos pesquisados que atuam diretamente, consideram que melhorar a competitividade no mercado é uma importante motivação para continuidade das ações sociais. Pode-se concluir, portanto, que os bancos já estão com uma visão diferenciada sobre o assunto.

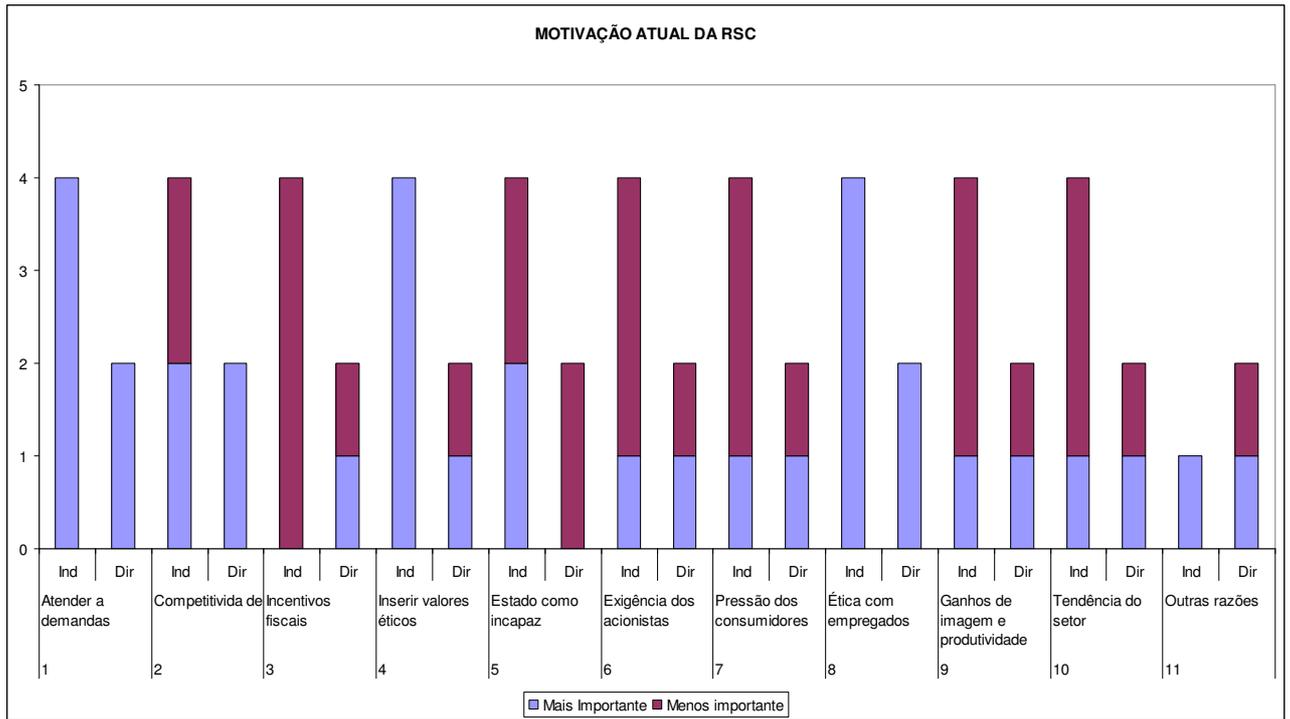


Gráfico 2 – Motivação atual da RSC

Impactos Internos pelas formas de atuação em RSC dos bancos pesquisados:

Chegando ao ponto central da pesquisa retratada no quadro 3 abaixo, pode-se ver, em primeiro lugar, que os bancos pesquisados, independentemente de sua forma de engajamento com RSC, concordam com as afirmações que: “o planejamento da área de Responsabilidade Social é acatado pela alta direção do Banco” e que “a área de Responsabilidade Social dispõe de fácil acesso aos recursos materiais, humanos e tecnológicos do Banco”.

Em segundo lugar bancos dos dois tipos são quase unânimes em concordar que a área de RSC “participa das decisões estratégicas da alta diretoria do Banco” e que “os Grupos e comunidades apoiadas são definidos por critérios técnicos”

Por outro lado, detectou-se que, dois dos quatro bancos com atuação indireta, concordam em parte que há um grande conhecimento das ações de Responsabilidade Social do banco pelo seu quadro funcional e os outros dois concordam integralmente. O mesmo acontece com os bancos que possuem a gestão direta. Estes informaram que concordam com a afirmação.

Igualmente importante foi a constatação que cinco dos seis bancos pesquisados informaram que concordam parcialmente que existe uma integração da área de RSC com a área de Marketing, sendo que apenas um assumiu que existe esta integração e este possui gestão direta da área de RSC.

IMPACTOS INTERNOS NAS AÇÕES DE RS		FORMA INDIRETA			FORMA DIRETA		
		Concorda	Discorda	Concorda em Parte	Concorda	Discorda	Concorda em Parte
1	Há uma produtiva integração da área de RSC com a área de Marketing			4	1		1
2	O planejamento da área de RSC é acatado pela alta direção do Banco	4			2		
3	A área de RSC dispõe de fácil acesso aos recursos materiais, humanos e tecnológicos do Banco	4			2		
4	As atividades de RSC têm grande integração nos negócios cotidianos do varejo do Banco	2	1	1	1		1
5	A área de RSC participa das decisões estratégicas da alta diretoria do Banco	3		1	1		1
6	Há um grande conhecimento das ações de RSC do Banco pelo seu quadro funcional	2		2	2		
7	Os grupos e comunidades apoiadas através de ações de RSC são definidas por critérios técnicos	3		1	2		
8	Pela sua natureza, a área de RSC tem dificuldades de se inserir na gestão cotidiana do Banco		3	1		1	1
9	Os parceiros executores das ações de RSC como ONGs incorporam os valores administrativos do Banco		1	3	1		1
10	O quadro funcional do Banco participa na definição e execução das ações de RSC	1		3	1	1	
11	Os resultados das ações de RSC são avaliados da mesma maneira que os resultados financeiros do Banco		1	3	1	1	
12	Definimos a atual forma organizacional visando maior independência e flexibilidade em relação as demais áreas do Conglomerado	1			1	1	

Quadro 5 – Impactos internos nas ações de RS

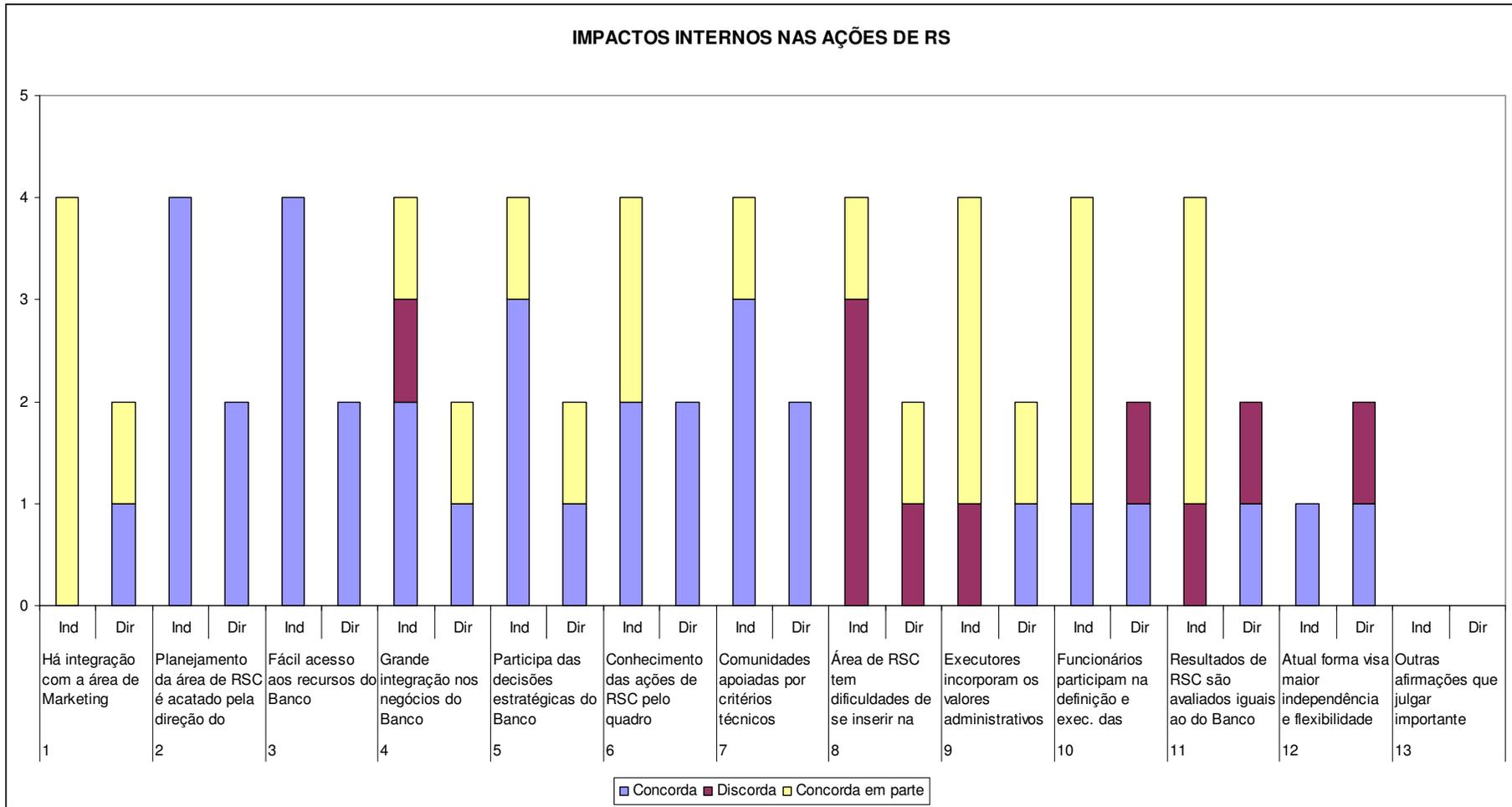


Gráfico 3 – Impactos internos nas ações de RS

Por último, mas não menos importante, as entrevistas revelaram, ainda que bancos que envolveram-se com RSC através da criação de um Instituto ou Fundação, aumentaram os recursos para a área de Responsabilidade Social para atender as demandas existentes. Sendo que o aumento de arrecadação derivou de novos parceiros, através da rede de agências. Neste âmbito os gestores reconheceram que a flexibilidade de mudanças em um Instituto é maior que a de uma Fundação, ou seja, com o Instituto, conforme palavras de um diretor “podemos alterar nossos objetivos na medida das necessidades” e completou” no caso de uma Fundação, o objetivo não pode ser desviado, em razão de legislação vigente”.

Alguns justificaram a forma indireta pelo fato que os prazos do orçamento dos Bancos são de um ano, enquanto os projetos da área de Responsabilidade Social possuem em sua maioria prazos bem maiores. Isto impossibilita a avaliação da mesma maneira que os resultados financeiros do Banco. Assim, justifica-se a criação de uma pessoa jurídica mais independente, como um Instituto ou Fundação.

Razões pragmáticas também foram levantadas como a defesa da ação indireta através de um Instituto/Fundação, como um facilitador do diálogo com a sociedade e parceiros, já que não seria feito diretamente por um Banco.

5 CONCLUSÕES E SUGESTÕES DE FUTURAS PESQUISAS

Em síntese, toda a análise anterior indica que a forma direta ou indireta de atuação em RSC pelos grandes Bancos no Brasil, não tem o impacto pensado pela literatura. Exemplo maior desta conclusão foi a afirmação que o engajamento em RSC de uma forma ou de outra não tem dificuldades de se inserir na gestão cotidiana do banco.

Exemplo também importante é o fato que, independentemente da forma de atuação, as áreas de Responsabilidade Social, possuem acesso fácil aos recursos materiais, humanos e tecnológicos internos dos bancos. Isto é surpreendente, pois se considerava que as áreas de atuação indiretas como uma fundação, estariam bastante desvinculadas da empresa mantenedora, não havendo sinergia entre os negócios e a prática social.

Portanto, que as afirmações de FISCHER (2002, P. 107) “Muitas fundações estão bastante desvinculadas da empresa mantenedora, não havendo sinergia entre os negócios e a prática social”, nesta pesquisa, não se confirmaram.

Além disso, cinco dos seis bancos pesquisados informaram que não concordam plenamente que existe uma integração da área de RS com a área de Marketing. O único a informar que existe esta integração, possui gestão direta da área de Responsabilidade Social. Esta constatação pode amenizar as preocupações de Stephen Kanitz citado anteriormente, que questiona a legitimidade das ações sociais empresariais, por serem, segundo o autor com base em estudo realizado pelo ISER, definidos pelas respectivas áreas de Marketing das empresas. No caso dos Bancos pesquisados isto não se confirmou.

Destaca-se, ainda, a informação sobre a questão da incorporação dos valores administrativos pelas Organizações Não Governamentais e outros parceiros executores das ações sociais dos Bancos. Não se confirmaram as referências sobre a transferência de tecnologia de gestão para os parceiros do Terceiro Setor, pois das respostas obtidas apenas uma (uma área de gestão direta) respondeu positivamente. Nem mesmo os resultados das ações sociais, são avaliados com a mesma tecnologia de gestão dos bancos. Neste item, apenas um dos bancos pesquisados –gestão direta – informou que as ações de RS são avaliadas da mesma maneira que os resultados financeiros do banco.

Também é surpreendente, a questão dos critérios utilizados na definição dos grupos e comunidades a serem apoiadas. Apenas uma instituição informou que não concorda efetivamente que os critérios adotados sejam unicamente técnicos e esta instituição possui a gestão indireta. Entendia-se que, quando a atuação é realizada por uma instituição independente, pode sofrer menor impacto político em suas decisões, “A prática da parceria se dá prioritariamente com instituições de maior legitimidade, não só pelo aspecto técnico, mas também pelo político” GARCIA, (2004, p.22) e, ambas as instituições com ação direta declararam que as ações são definidas por critérios técnicos

Quando argüidos sobre a questão dos projetos incentivados, todos os bancos consideraram menos importantes a afirmação de que beneficiar-se de incentivos fiscais tributários, seria uma das motivações quando da adoção de Responsabilidade Social da organização. Esta mesma posição manteve-se também quando a mesma afirmação foi colocada como motivação atual, exceto um banco que mantém diretamente a gestão da área social .

A continuidade neste posicionamento é de certa forma incoerente com as informações contidas no Relatório Social da Febraban de 2006 p.118. Segundo o relatório, os Projetos com Isenções Fiscais dos bancos, vêm aumentando consideravelmente nos últimos anos. Em 2006 atingiram R\$ 246,5 milhões ou 37,5% do total geral dos investimentos sociais. Em 2003 esse montante foi de R\$ 51,7 milhões ou 11,3% do total dos investimentos sociais.

No que diz respeito à integração nos negócios de varejo do Banco, as respostas estão divididas entre concordância, discordância e concordância em parte, em ambas as formas de atuação. Esta conclusão é de certa forma coerente, com as respostas obtidas quando avaliadas as respostas do questionamento da participação do quadro funcional do banco na definição e execução das ações sociais. Apenas duas áreas, sendo uma com gestão direta e outra com gestão indireta, concordaram que o quadro funcional participa das definições das ações sociais.

Examinando-se os estatutos, normas e documentos das áreas de RS, se verificaram que em sua totalidade, executivos dos bancos, participam dos conselhos das áreas de Responsabilidade Social. Assim, poderia ser entendido que as respostas à estas questões fossem diferentes.

Pode-se concluir pelas respostas obtidas que, as atividades de Responsabilidade Social independentemente de serem geridas através de uma instituição formalmente constituída ou por uma área específica, possuem benefícios importantes, tais como: a utilização dos mais variados recursos internos da organização, fácil inserção na gestão cotidiana do banco e uma representatividade reconhecida pela alta direção do Banco, uma vez que seus planejamentos são acatados pela alta direção dos bancos.

Observou-se nas avaliações dos questionários e pesquisas realizadas, que houve um equilíbrio nas respostas entre as organizações que possuem formas diretas e formas indiretas de atuação, não se confirmando, portanto, a expectativa de que formas distintas de atuação em Responsabilidade Social poderiam propiciar impactos internos diferentes. As diferenças apontadas, não se configuraram como tendo sua origem na forma organizacional de atuação.

Independentemente das conclusões acima, consideramos fundamental a participação dos bancos na área de Responsabilidade Social, pelos vários motivos apontados nas justificativas deste trabalho, e ratificamos as relevantes observações de GARCIA abaixo:

Considerando o nível de evolução da gestão dos bancos brasileiros, que nos últimos anos vêm alcançando níveis altíssimos de lucratividade, é de se esperar que sejam quais forem os determinantes da decisão de investir em responsabilidade social, a determinante para a escolha de **como investir** é fundamentada num planejamento que considera questões inerentes ao universo da **gestão de negócios**, e não da gestão de projetos sociais.(grifo nosso)

A participação de determinados segmentos empresariais nas ações sociais é inédita e positiva em relação a dois aspectos: o primeiro, como um diferencial para uma cultura empresarial baseada exclusivamente no lucro. Os segmentos engajados na campanha de responsabilidade social são, nessa lógica, uma vanguarda que pretende redefinir o *ethos* empresarial e sua visibilidade na sociedade. Em segundo lugar, a contribuição empresarial busca trazer resultados para o campo filantrópico em relação à maior eficiência das ações e, numa perspectiva mais ampla, gerar uma consciência cívica em torno da idéia de responsabilidades sociais compartilhadas.(GARCIA, 2004, p.5).

5.2 SUGESTÕES DE PESQUISA

Em razão das informações obtidas não confirmarem em boa parte as afirmações de pesquisadores anteriores, sugerimos a constituição de uma pesquisa mais abrangente, com

uma amostra maior e envolvendo funcionários de vários escalões da instituição, a fim de confirmarem-se ou não os surpreendentes resultados desta pesquisa.

Ênfase poderá ser dada às questões da incorporação de valores administrativos das empresas, pelos parceiros executores das ações sociais e aos impactos internos, tais como, a inserção das áreas gestoras das ações sociais na gestão cotidiana da empresa mantenedora e muito especialmente sobre os métodos de avaliação das ações sociais.

Sugerimos, ainda, a inclusão de novas questões nas futuras pesquisas a serem realizadas, tais como a visão dos gestores dos bancos, sobre as reais vantagens de se constituir uma área independente da instituição para gerir as questões sócio/ambientais da empresa, incluindo-se para debate, as motivações detectadas nas entrevistas não estruturadas desta pesquisa. Outro aspecto importante que futuramente deverá ser estudado refere-se à questão econômica/financeira, ou seja, a instituição de uma determinada pessoa jurídica independente da área fim do banco, para executar as ações sociais, possuem algum ganho econômico/financeiro para a Instituição mantenedora? Quais?

Entendemos que, estudados estes elementos, poderemos responder com maior embasamento científico a primeira questão levantada neste trabalho, qual seja: Qual é a melhor forma de atuação em Responsabilidade Social para a empresa e para os beneficiários?

REFERÊNCIAS

ANHEIER, H.K.; SALAMON, L.M. **The nonprofit sector in the development world: a comparative analysis**. New York: Manchester University Press, 1998.

ASHLEY, Patrícia (coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2a ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BABIE, E. **The practice of social research** wadsworth publishing Company, 8 Ed. 1998.

BEHRING E.R. & BOSCHETTI **Política social. Fundamentos e História**. São Paulo: Cortez. 2006.

BERGER, P., LUCKMANN, T.A. **A Construção Social da Realidade**, 4ª. Ed. Petrópolis: Vozes, 1973.

BOOTH, Wayne C.; COLOMB, Gregory G. ;Williams, Joseph M.. **A Arte da Pesquisa**, Tradução de Henrique A. Rego Monteiro, São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BRUNO, M. **Crescimento Econômico, Mudanças Estruturais e Distribuição: as transformações do regime de acumulação no Brasil**. Tese Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004

BRYMAN, A. **Research methods and organization studies**. London: Unwin Hyman, London, 1989.

CAPPELLIN, P.; GIULIANI, G. M.; MOREL, R.; PESSANHA, E. **As organizações empresariais brasileiras e a responsabilidade social**. In Kirschner, G. e Cappellin (orgs.). *Empresa, empresários e globalização*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, FAPERJ, 2002.

CAPPELLIN, P e GIULIANI G.M. **Os Herdeiros: estudo de caso das empresas de porte médio da região serrana do estado do Rio de Janeiro**, in: KIRSCHNER, A.M. E GOMES, E.R. *Empresa, Empresário e Sociedade*. Rio de Janeiro: Sette Letras, 1999.

CARDOSO, R. **Cidadania empresarial: O Desafio da Responsabilidade**. Update Br/Eua, Amcham, n.363, p.115-120, ago, 2000.

CARVALHO, J.M. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 8ª Edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

CASTRO, Eduardo Carvalho de. **A CPI do sistema financeiro e as reformas institucionais**. Publicado em www.sinal.org.br.

DOW JONES SUSTENTABILITY INDEXES. **Dow Jones Sustainability Indexes**. Disponível em: <<http://www.sustainability-indexes.com/>>. Acesso em: 14 jun.2005 e 30 out.2007

DRUCKER, P.F. **Administração de Organizações Sem Fins Lucrativos – Princípios e Práticas**. São Paulo: Pioneira.

ECO, H. **Como se faz uma Tese**, Tradução de Gilson César Cardoso de Souza. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

ESTRELA ALFA EDITORA. **História das instituições financeiras e sua contribuição ao progresso econômico dos povos**. São Paulo: Estrela Alfa Editora, 1972.

FALCONER, A.P. e VILELA, R., **Recursos privados para Fins Públicos**. As Grantmakers Brasileiras, Gife, São Paulo: Peirópolis, 2001.

FERNANDES, R. C. **Privado porém público: O Terceiro Setor na América Latina**, Rio de Janeiro, Relume-Dumará, 1994.

FISCHER, R.M. **O Desafio da Colaboração, Práticas de Responsabilidade Social entre Empresas e Terceiro Setor**. São Paulo: Editora Gente, 2002.

FISCHER R.M e FALCONER, A.P. **Desafios da parceria Governo e Terceiro Setor**, in: Revista de Administração, São Paulo v. 33, n.1, p. 12-19, janeiro/março 1998.

_____, CASADO, T. PIRES, J. T. **Alianças intersetoriais: compreendendo a influência da cultura organizacional**. In: AUSTIN, J., REFICCO, E. et al. *Parcerias sociais na América Latina: lições da colaboração entre empresas e organizações da sociedade civil*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FRIEDMAN, M. **Capitalismo e Liberdade**, tradução de Luciana Carli – 3ª. Ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988

GARCIA, J. **O Negócio do Social**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2004.

GARCIA,M, **Renúncia Fiscal Não é Filantropia**, artigo publicado no jornal Folha de São Paulo, em 3 de fevereiro de 2007.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**, Editora ATLAS, 2002.

GLOBAL COMPACT, The. **Os dez princípios universais do Pacto Global**. Disponível em: <http://www.pactoglobal.org.br/pg_principio.php>. Acesso em: 01 fev.2005.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE. GRI. **GRI 2002 Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade**. Disponível em:<<http://www.globalreporting.org/>>.

GOMES, E.R. **Empresa, Empresário e Sociedade**. Rio de Janeiro: Sette Letras, 1999.

HARVEY,D. **O Fordismo**. In: *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 9 ed.Março 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS- Ibase, **Balanco social: transformando a frieza dos números em responsabilidade social**. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>.

IOSCHPE, E.B., **3º. Setor Desenvolvimento Social Sustentado**, São Paulo: Editora Paz e Terra, 2000

KANITZ, S. **Entrevista concedida para a BBC Brasil**, jornalista Denise Telles Producer BBC Brazilian Section, 08.08.2003, disponível em <http://noticias.terra.com.br/mundo/interna>, acessado em 03.09.2006

KANTER, R.M. **From Spare Change to Real Change**, HAVARD BUSINESS REVIEW, v. 77, n.3, pg 122-132, may/jun, 1999.

KREITLON, M.P. **A Ética nas Relações entre Empresa e Sociedade**. ENAPAD, 28. In Anais. Curitiba: ANPAD, 2004.

LANDIM, L. **Para além do mercado e do Estado? Filantropia e cidadania no Brasil**. *Série Textos de Pesquisa*. Rio de Janeiro: ISER, 1993.

LAZZARINI, S. G. **Estudos de caso: aplicabilidade e limitações do método para fins de pesquisa**, In: Econ. Empresa, São Paulo, v.2, p. 17-26, 1995.

MAIMON, Dália, **Determinantes de Responsabilidade Socioambiental das Empresas Brasileiras**, CADMA, Rio de Janeiro, 2005.

MARTINS, G.A. **Manual para Elaboração de Monografias e Dissertações**, 3^aed.São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS,P. H. **Martins Associados-Advocacia**, Entrevista concedida ao autor deste trabalho em 05.10.2006.

MATOS, F.G. **Ética Empresarial e Responsabilidade Social**, In: Revista Recre@rte N°3 Junho 2005.

POCHMANN, M.- **O Trabalho Sob Fogo Cruzado- Exclusão, desemprego e precarização no final do século**, Editora Contexto, São Paulo, 1999

ROBERTO. A. **Responsabilidade Social Empresarial: Um Estudo sobre as Maiores Instituições Financeiras no Brasil**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto de Economia da UNICAMP para obtenção do título de Mestre em Economia Social e do Trabalho sob a orientação do Prof. Dr. Marcelo Weishaupt Proni, 2006

RESENDE, T.A.-**Terceiro Setor, Ongs e Institutos**, artigo publicado pelo Centro de Estudos de Fundações e Entidades de Interesse Social no site www.fundata.org.br/artigos, acessado em 27.12.2007

RITKIN, J.. **O fim dos Empregos – O Contínuo Crescimento do Desemprego em Todo o Mundo**. São paulo: M Books Editora,

ROCHA, F., **Artigo Balanço Social, da “Colcha de Retalhos” para o Instrumento de Gestão**, publicado na Revista Filantropia, Janeiro 2007

SPOSATI, A. **O Serviço Social 30 Anos Depois de Araxá**. Debates Sociais, Rio de Janeiro, v.63/04, 2004

VENTURA,E.C. **Dinâmica de Institucionalização, de Práticas Sociais: Estudo da Responsabilidade Social no Campo das Organizações Bancárias**, Tese de Doutorado apresentada ao Centro de Formação Acadêmica e de Pesquisa da Ebape, FGV, Agosto 2005.

VERGARA, S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VOIGT, L. **Elementos Introdutórios Sobre o Terceiro Setor no Brasil**. Disponível em: [http:// www.arf.org.br/arquivos/leo.doc](http://www.arf.org.br/arquivos/leo.doc). Acesso em 22 de novembro de 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 2ª ed; Porto Alegre: Bookman, 2001

ZANIRATO, S.M. **Estado e Políticas Públicas: a questão social no Brasil**. In: ZANIRATO, S. M.; MARANHÃO, T.G. Capacitação de Conselheiros da Assistência Social. Maringá: IPU, 2001.

Websites

www.bancoreal.com.br

www.bcb.gov.br

www.bndes.gov.br

www.bradesco.com.br

www.febraban.org.br

www.hsbc.com.br

www.italu.com.br

www.unibanco.com.br

ANEXOS

ANEXO A TERCEIRO SETOR – NORMAS LEGAIS

Aspecto Civil	Fundamentação Legal	Finalidade
Normas Gerais	Código Civil Lei nº. 10406/02 –Art. 44 a 52	Disposições Gerais
Associações	Código Civil-Art. 44 a 61	Normas Gerais
Fundações	Código Civil Art. 62 a 69	Normas Gerais
Associações, Sociedades e Fundações	Lei Complementar Art. 2031,2033 e 2034 CC	Disposições Finais
Utilidade Pública Federal	Lei nº.91, de 28.08.2935	Determina regras pelas quais são as sociedades declaradas de utilidade pública
Utilidade Pública Federal	Decreto nº. 50.517 de 02.05.1961	Regulamenta a Lei no. 91, de 28.08.1935,
Utilidade Pública Federal	Decreto nº. 3.415, de 19.04.2000	Delega competência ao Ministro de Estado da Justiça para declaração de utilidade pública de sociedades civis, associações e fundações, prevista na Lei no. 91
Certificado de Entidade Beneficiária de Assistência Social (CEAS)	Constituição Federal – art. 203 Lei nº. 8.212/91 –arts. 4º. E 55 Lei nº. 8.742/93 arts. 1º.2º.e 3º.e Decreto nº. 2.536/98 Resolução nº. 177 de 10.08.2000	Fundamentação Legal Dispõe sobre a organização da Seguridade Social e institui Plano de Custeio Lei Orgânica da Assistência Social – LOAS Dispõe sobre a concessão do Certificado de Entidade de Fins Filantrópicos a que se refere a Lei 8.742 Regras e critérios para concessão ou renovação do Certificado de Entidade de Fins Filantrópicos.
Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP)	Lei nº. 9.790 de 23.03.1989 Decreto nº.3.100, de	Dispõe sobre a qualificação de pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, como OSCIP, institui e disciplina o Termo de Parceria

	30.06.1999	Regulamenta a Lei 9.790, acima
Organização Social (OS)	Lei nº. 9.637 de 15.05.1998	Dispõe sobre a qualificação de entidades como organizações sociais, a criação do Programa Nacional de Publicização, a extinção dos órgãos e entidades que menciona e a absorção de suas atividades por organizações sociais
	Lei nº. 8.666 de 21.06.1993	Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública
Voluntariado	Lei nº 9.608 de 18.02.1998	Regulamenta o serviço voluntário prestado por pessoa física
	Lei nº. 10.748 de 22.10.2003	Cria o Programa Nacional de Estímulo ao Primeiro Emprego para Jovens –PNPE e acrescenta dispositivo à Lei no. 9608 acima
Aspectos Tributários	Constituição Federal – Art. 150,VI,“c”	Imunidade de Impostos
	Constituição Federal – Art. 195, parágrafo 7º.	Imunidade de Contribuições Sociais

ANEXO B INSTRUMENTOS DE LEGITIMAÇÃO, CONTROLE E MÉTODOS DE RSC

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

O Global Reporting Initiative (GRI), lançado em 1997, é um guia, para melhorar o rigor e a aplicabilidade dos relatórios de sustentabilidade. Iniciativa da Coalition for Environmentally Responsible Economies (Ceres) e do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma). Global Reporting Initiative integra vários atores que buscam construir um consenso sobre as diretrizes para os relatórios de sustentabilidade. A proposta é atingir um padrão de aceitação mundial.

A aplicação do GRI exige um nível elevado de informações, mas avalia-se que sua adoção ocorra de forma gradual e progressiva. O foco das abordagens se relaciona com relatórios Econômico, Ambiental e Social.

Criação:

As diretrizes da GRI foram construídas a partir de um longo debate, realizado em reuniões em diversas partes do mundo. Todas as partes interessadas foram convidadas a participar e os documentos de trabalho colocados na Internet. A primeira reunião aconteceu em 1997. Em Março de 1999 foi publicado o draft das Diretrizes; em 2000 ocorre o Simpósio GRI, em Washington DC, e somente em 2002 é feita a institucionalização de uma GRI independente.

Natureza:

A Global Reporting Initiative (GRI) é um acordo internacional cuja missão é elaborar e difundir as Diretrizes para elaboração de Relatórios de sustentabilidade, aplicáveis globalmente e voluntariamente pelas organizações que desejam dar informação sobre os aspectos econômicos, ambientais e sociais das suas atividades.

Objetivos:

As Diretrizes GRI foram concebidas para serem utilizadas como ferramentas para a publicação dos Relatórios de Sustentabilidade. A idéia é utilizar a GRI como parâmetro para a uniformidade nos relatórios, possibilitando-se a comparação entre eles e uma melhoria contínua em relação a sustentabilidade.

A utilização da GRI permite que os empresários se comuniquem e troquem informações internas e externas relacionadas com os benefícios e desafios das empresas.

Características:

As principais características qualitativas do GRI são a relevância, a veracidade, a clareza, a comparabilidade, a periodicidade e a verificabilidade.

SA 8000 (SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000)

SA 8000 é uma norma internacional de avaliação da responsabilidade social para empresas fornecedoras e vendedoras. Esta norma traz todos os requisitos e a metodologia de auditoria para uma correta avaliação das condições do local de trabalho. Estas condições incluem trabalho infantil, trabalhos forçados, saúde e segurança no trabalho, liberdade de associação, discriminação, práticas disciplinares, carga horária, benefícios e as responsabilidades da gerência em manter e melhorar as condições do trabalho.

Criação:

A norma SA8000 foi criada em 1998 por um grupo internacional liderado pelo CEPAA, Council for Economic Priorities Accreditation Agency, órgão de Credenciamento do Conselho de Prioridades Econômicas. Instituída com base nas normas da Organização Internacional do Trabalho, O.I.T., na Declaração Universal dos Direitos Humanos e na Declaração Universal dos Direitos da Criança da ONU.

A norma SA8000 é considerada como a norma mais propícia para aplicação global de processos de auditoria de locais de trabalho, e pode ser implementada em instalações de qualquer porte, região ou setor da indústria. O CEPAA criou requisitos extremamente

rigorosos para as organizações responsáveis pela certificação e registro, justamente para assegurar que os auditores sejam devidamente qualificados, que os procedimentos de certificação sejam meticulosamente implementados e que haja grande credibilidade junto ao público.

Natureza:

A Social Accountability 8000 (SA8000) é a primeira certificação internacional de um aspecto da responsabilidade social de empresas com alcance global.

Objetivos:

Seu principal objetivo é garantir os direitos dos trabalhadores, de uma forma que todos os envolvidos, empresas e trabalhadores, ganhem.

A norma é composta por nove requisitos:

1. Não é permitido o trabalho infantil.
2. Não é permitido o trabalho forçado.
3. Devem ser asseguradas a saúde e segurança.
4. Deve ser garantida a liberdade de associação e negociação coletiva.
5. Não é permitida qualquer forma de discriminação.
6. Não são permitidas práticas disciplinares.
7. O horário de trabalho não deve ultrapassar 48hs/semana, além de 12hs-extra/semana.
No caso do Brasil, a legislação é mais restrita, portanto, é a que deve ser aplicada (44 horas semanais)
8. Deve ser garantida uma remuneração suficiente.
9. Os sistemas de gestão devem garantir o efetivo cumprimento de todos os requisitos, através de documentação, implementação, manutenção, comunicação e monitoramento da empresa em relação às questões abordadas na norma, num processo de melhoria contínua.

Tendo como referência os padrões de gestão da qualidade ISO9000 e de gestão ambiental ISO14000, a SA8000 segue a estrutura que enfatiza a importância de sistemas de gestão para melhoria contínua sindicatos, governo.

Características:

Um dos propósitos da SA8000 é proporcionar incentivo que beneficie empresas, trabalhadores e consumidores através de uma abordagem ganha-ganha. Assim, obter a certificação SA8000 também significa:

- a) Melhor ambiente organizacional interno através da demonstração da preocupação da empresa com o trabalhador e do estabelecimento de condições adequadas de saúde e segurança;
- b) Mais informação e, portanto, maior confiabilidade aos compradores;
- c) Melhor gerenciamento da cadeia produtiva;
- d) Segurança para a empresa e para seus investidores;
- e) Consolidação da imagem e reputação da empresa como socialmente responsável.

Seu foco específico se relaciona com os funcionários.

A SA 8000 não só é auditável e certificável como é recomendado sua divulgação externa após obtenção da certificação. A norma segue o modelo das normas ISO 9000 e 14000, o que facilita a sua implantação por empresas que já conhecem esse sistema. Se a empresa já houver obtido um desses tipos de certificações, é possível utilizar e adaptar o mesmo sistema de gestão criado pela certificação anterior, e ainda realizar auditorias integradas, diminuindo os custos sobre as mesmas.

O seu ponto mais frágil é que é extremamente limitada se comparada aos conceitos mais atualizados de responsabilidade social, restringindo-se a relação com a parte interessada público interno e estendendo-se a alguns elementos de direitos humanos.

PACTO GLOBAL

A Iniciativa da ONU durante o Fórum Econômico de Davos em 1999 ao lançar o Pacto Global (Global Compact), teve nas palavras de Kofi Annan, - secretário geral das Nações Unidas, - o Pacto Global significa “unir o poder dos mercados à legitimidade dos valores universais”.

Criação:

O Pacto Global foi lançado, em 1999, durante o Fórum Econômico de Davos, pelo Secretário-Geral das Nações Unidas, Kofi Annan.

Natureza:

A adesão ao Pacto se faz por meio do comprometimento com "Os Nove Princípios do Pacto Global". A partir da assinatura do documento empresas e instituições se comprometem a apoiar o Pacto e realizar parcerias com as agências e programas da ONU que promovem os princípios do Pacto. O Pacto Global não é um instrumento regularizador ou um código de conduta, mas uma plataforma baseada em valores que visam a promover a educação institucional. Para aderir ao Pacto Global, as empresas devem enviar uma carta ao Secretário-Geral da ONU.

Objetivos:

O objetivo do Pacto Global é estimular o alinhamento das políticas e práticas empresariais com os valores e os objetivos aplicáveis internacionalmente e universalmente acordados. Estes valores principais foram separados em dez princípios chave, nas áreas de direitos humanos, direitos do trabalho, proteção ambiental e combate à corrupção (www.pactoglobal.org.br). São eles:

Princípios de Direitos Humanos

1. Respeitar e proteger os direitos humanos;
2. Impedir violações de direitos humanos;

Princípios de Direitos do Trabalho

3. Apoiar a liberdade de associação no trabalho;
4. Abolir o trabalho forçado;
5. Abolir o trabalho infantil;
6. Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho;

Princípios de Proteção Ambiental

7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
8. Promover a responsabilidade ambiental;
9. Encorajar tecnologias que não agredem o meio ambiente.

Princípio contra a Corrupção

10. Combater a corrupção em todas as suas formas inclusive extorsão e propina.

Características:

Segundo o novo Secretário-geral da ONU, Ban Ki-moon, o Pacto Global é essencial para a parceria entre o setor privado e as Nações Unidas. O projeto, segundo ele, “une governos, empresários, trabalhadores e a sociedade civil na convicção de que práticas empresariais baseadas em princípios universais podem trazer ganhos econômicos e sociais”.

O Pacto já recebeu a adesão de pelo menos 2.500 empresas de mais de 90 países. Elas se comprometeram com princípios que incluem ações em quatro áreas: direitos humanos, direitos do trabalho, proteção ambiental e combate à corrupção. Cinco agências da ONU, inclusive o PNUD, foram disponibilizadas para ajudar as empresas.

A partir de uma convocação do Instituto Ethos, 206 empresas brasileiras são signatárias do Pacto Global. Em dezembro de 2003 foi criado o Comitê Brasileiro do Pacto Global (CBPG), integrado por representantes do setor privado, sociedade civil organizada, academia e organizações das Nações Unidas. Também são membros do Comitê o Banco do Brasil e o Santander Banespa.

PRINCÍPIOS DO EQUADOR

Conjunto de regras baseado em critérios desenvolvidos pela *International Finance Corporation* (IFC), braço financeiro do Banco Mundial, para concessão de crédito. Entre os critérios, estão o impacto ambiental de projetos sobre a flora e fauna, a exigência de compensações em dinheiro para populações afetadas por um projeto (por exemplo, famílias obrigadas a mudar por inundação causada por uma hidrelétrica), a proteção a comunidades indígenas e proibição de financiamento ao uso de trabalho infantil ou escravo.

Em 2004, o Unibanco, o Itaú, o Itaú BBA e o Bradesco aderiram aos Princípios. O Banco do Brasil aderiu em 2005, e os bancos estrangeiros, com representação no Brasil, ING Group, Dresdner Bank e HSBCGroup também integram a lista dos que adotam os Princípios.

Criação:

A primeira versão dos Princípios do Equador foi lançada em 2003. Nessa data, dez dos maiores bancos no financiamento internacional de projetos adotaram os critérios mínimos ambientais e de responsabilidade social, que devem ser atendidos para a concessão de crédito. Foram eles o ABNAMro, Barclays, Citigroup, Crédit Lyonnais, Crédit Suisse, HypoVereinsbank (HVB), Rabobank, Royal Bank of Scotland, WestLB e Westpac.

Em 2006, as grandes instituições financeiras mundiais aprovaram a segunda versão, que prevê critérios mais rigorosos, principalmente na análise da população atingida pelo projeto financiado, além da redução do valor de enquadramento do projeto que passa de US\$ 50 milhões para US\$ 10 milhões.

Natureza:

Procedimentos utilizados voluntariamente por instituições financeiras na gestão de questões ambientais. Conjunto de regra e critérios definidos pela International Finance Corporation para a concessão de crédito.

Objetivos:

Formalizar um compromisso das instituições financeiras com o desenvolvimento sustentável e com uma administração ambiental responsável.

Características:

Controle não governamental sobre questões do meio-ambiente por meio da concessão de crédito às atividades sócio-ambientais sustentáveis.

DOW JONES SUSTENTABILITY INDEX

O Dow Jones Sustainability Index (DJSI), criado em 1999, é composto por ações de empresas de reconhecida sustentabilidade corporativa. São empresas que consideram não só o desempenho financeiro, mas principalmente a qualidade da gestão da empresa, que precisa integrar o valor econômico à transparência e à responsabilidade social e ambiental. O índice é atualizado todo ano, por meio de questionários enviados a empresas, informações públicas disponibilizadas em relatórios e *websites*.

Para cada um dos 60 ramos pesquisados, apenas 10 % foram classificadas no ranking de sustentabilidade para integrar o Índice, com base na análise de mais de 50 itens relativos a desempenho econômico, social e ambiental, que são ponderados e anualmente seus critérios evoluem.

Estão no DJSI World mais de 318 empresas, ordenadas em 57 grupos industriais de 24 países. São 56 gestores de recursos, em 14 países, com mais de R\$ 5,5 bilhões de valor em ativos geridos à luz do DJSI.

As organizações brasileiras que figuram no Index em 2007 são: Aracruz , Cemig, Banco Bradesco, Banco Itaú Holding, Itausa-Investimentos, Cemig, Petrobras e a Usiminas incluída em 2007.

O índice Dow Jones Sustainability é uma referência importante para as instituições administradoras de recursos estrangeiros, já que suas decisões de investimentos e de oferta de

produtos diversificados para o cliente baseiam-se muitas vezes no desempenho das ações das empresas que participam desse índice.

Criação:

O Dow Jones Sustainability Index World foi lançado em 1999 como o primeiro indicador global para medir a performance financeira das empresas líderes em sustentabilidade a nível global.

Natureza:

Crítérios de avaliação de desempenho das empresas baseados nas performances econômica, ambiental e social levam em conta a sustentabilidade na gestão de negócios.

Características:

Índice global formado por ações de empresas reconhecidas por sua sustentabilidade. Além de indicadores financeiros, são avaliados critérios como governança corporativa, transparência, gestão e responsabilidade socioambiental. A avaliação global do conjunto destes critérios e indicadores é o que define o grupo de empresas que apresentam as melhores práticas.

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE)

No Brasil, o Índice de Sustentabilidade Empresarial, ISE, para fins de investimento, considerando tanto os aspectos financeiros tradicionais, quanto a performance ambiental e social das empresas. O que caracteriza o ISE e lhe dá caráter inédito é o envolvimento dos *stakeholders* no desenvolvimento e definição dos critérios de seleção. E, mais que isso, submeteu esses critérios à validação da sociedade civil.

O ISE foi criado para se tornar marca de referência para o investimento socialmente responsável e também para funcionar como um indutor de boas práticas nas empresas.

O Conselho Deliberativo do ISE, formado pela BOVESPA, pelo IFC, pelo Ministério do Meio ambiente, pelas Organizações Não Governamentais, Instituto Ethos e Instituto

Brasileiro de Governança Corporativa, IBGC, e pelas Associações ABRAPP, APIMEC e ANBID, selecionou e classificou as empresas considerando, principalmente os seguintes aspectos:

- Relacionamento com empregados e fornecedores;
- Relacionamento com a comunidade;
- Governança corporativa;
- Impacto ambiental de sua atividade.

Fazem parte da carteira do ISE 33 empresas, 42 ações, de 14 setores econômicos que representam 42,6% da capitalização da Bovespa com valor de mercado de R\$ 996 milhões. Cinco intermediários financeiros estão representados: Bradesco, Banco do Brasil, Itaú, Itaúsa e UNIBANCO. A revisão da carteira é anual (BOVESPA- 2007)

Criação:

O ISE foi criado pela Bovespa, em 2005.

Natureza:

Através de metodologia desenvolvida especificamente para a construção do índice, são selecionadas empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e rentáveis para a aplicação de recursos.

O índice adota o conceito internacional *Triple Botton Line (TBL)*⁶ que avalia, de forma integrada, dimensões econômico-financeiras, sociais e ambientais das empresas. A eles foram acrescentados critérios e indicadores de *governança corporativa* a exemplo do índice da Bolsa de Johannesburg.

⁶ O conceito do *triple bottom line*, desenvolvido pela consultoria inglesa SustainAbility, refere-se a um conjunto de indicadores utilizado para a avaliação do desempenho econômico das empresas e das suas ações de responsabilidade social e ambiental. É a principal ferramenta do Índice de Sustentabilidade Social (ISE) da Bovespa (link para o ISE). <http://mercadoetico.terra.com.br>

Objetivo:

O ISE tem por objetivo refletir o retorno de uma carteira composta por ações de empresas comprometidas com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, e também atuar como promotor das boas práticas no meio empresarial brasileiro.

Características:

A metodologia do índice foi desenvolvida pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVCES) da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP) com o apoio do International Finance Corporation (*IFC*).

TABELA IV

NORMA/ INSTITUIÇÃO ITENS	SA 8000	GRI	PACTO GLOBAL	DOW JONES SUSTENTABILITY INDEX	PRINCÍPIOS DO EQUADOR	ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE)
criação	1997 – EUA	1997 - BOSTON	1999- DAVOS	1999-EUA	2003 e em 2006 Princ. Equador 2	Bovespa em 2005
NATUREZA	Auditável e Certificável	Não Certificável	Não Certificável	Certificável	Certificável	Certificável
FOCO	Empregados	Todas as partes interessadas	Direitos Humanos, Trabalho e Meio Ambiente	Transparência na Gestão	Meio Ambiente e Responsabilidade Social	Performance Ambiental e Social
PRINCÍPIOS	Trabalho Infantil; Trabalho Forçado; Saúde e Segurança; Liberdade de associação e direito à negociação coletiva; Discriminação; Práticas Disciplinares; Horário de Trabalho Remuneração; Sistema de Gestão	Identidade; Âmbito do relatório; Período relatado; Compromisso Contínuo; Precaução; Materialidade.	09 Princípios sobre: Direitos Humanos; Trabalho Escravo e Infantil; Resp. Meio Ambiente Combate Corrupção	Transparência, Desempenho Econômico, Ambiental e Social	Exigência preservação do Meio Ambiente e RS em Grandes Projetos	Adota o Conceito Internacional Tripé Botton Line, acrescidos de critérios e indicadores de Governança Corporativa
CARACTERÍSTICAS	Proporcionar incentivo que beneficie empresas, trabalhadores e consumidores através de uma abordagem ganha-ganha.	Relevância, veracidade, clareza, comparabilidade, periodicidade e a verificabilidade. Relatório de Sustentabilidade (aspectos econômicos, sociais e ambientais)	Estímulo e acompanhamento da ONU	Grande Seletividade na composição dos membros participantes. Certificável	Representam mais de 97% dos projetos no mundo. Auditável	A carteira de empresas é revisada anualmente e é considerado um “selo de qualidade”

ANEXO C PERFIL DO SETOR BANCÁRIO NO BRASIL

Antecedentes Históricos

Na Europa, a atividade bancária se expande a partir do Renascimento Mercantil, com a expansão da economia de mercado. Se multiplicam os cambistas que terminam por criar uma estrutura creditícia para atender às necessidades do comércio e dos negócios.

A história dos bancos no Brasil é a história do crédito, com as suas fases de prosperidade e depressão, nela se refletindo nitidamente a evolução econômica do país. Essa trajetória foi marcada, nas últimas décadas pelos inúmeros planos econômicos e inflação.

O Plano Real, de 1994, foi um marco para o sistema bancário, e provocou impactos profundos na estrutura e funcionamento dos bancos no Brasil, que tiveram que rever suas estratégias de atuação para se ajustarem ao fim das receitas inflacionárias. Readaptaram suas estruturas administrativas, reduziram custos e procuraram novas fontes de receita. Muitos bancos quebraram antes de conseguirem adaptar-se ao novo contexto. Bancos tradicionais, como o Econômico, Nacional e o Bamerindus sofreram intervenções e depois foram comprados por outros bancos, nacionais ou estrangeiros. Essa crise implicou em uma maior concentração do sistema financeiro.

No Brasil, a rede bancária se distribui de maneira bastante desigual no espaço geográfico e bastante concentrada em seus maiores conglomerados. O número total de agências no país ultrapassaram a 18.000. Em Dezembro de 2006, apenas os 6 bancos objetos desta pesquisa, detinham 52,1 % do número total ou 9.578 agências

Cerca da metade do PIB do setor tem origem no estado de São Paulo; 12 a 14% no Distrito Federal; cerca de 10% no Rio de Janeiro. Há vinte anos, o Rio de Janeiro respondia 17,5% e São Paulo por 41,5% desse PIB (QUADROS e CAMPELO JR., 2002).

Bancos Privados com maiores redes de agências no país

Número de Agências

Banco	2001 (Dez)	2002 (Dez)	2003 (Dez)	2004 (Dez)	2005 (Dez)	Ranking Geral 2006	2006 (Dez)
BRADESCO	2.406	2.508	2.832	3.003	2.921	2	3.018
ITAÚ	1.504	1.670	1.708	2.190	2.300	4	2.534
SANTANDER BANESPA	1.001	1.017	1.026	1.028	1.033	6	1.062
HSBC	989	943	925	923	931	9	935
UNIBANCO	904	896	903	914	913	7	934
ABN AMRO REAL	756	793	788	779	776	5	1.095
SUB TOTAL	7.560	7.827	8.182	8.837	8.874		9.578
Demais Bancos	9.281	9.222	8.647	8.423	8.912		8.808
TOTAL GERAL	16.841	17.049	16.829	17.260	17.627		18.386

Fonte: Banco Central do Brasil

Os 50 maiores bancos, no ranking estabelecido pelo Banco Central (data base Dezembro 2006) tiveram, em 2006, lucros líquidos da ordem de R\$ 33.42 bilhões, e um patrimônio líquido de aproximadamente R\$ 153.9 bilhões, o que equivale a aproximadamente 6,6% do PIB no mesmo período ⁷. Com o alto grau de concentração do sistema financeiro do Brasil, a maior parte destes totais está concentrada nos dez maiores bancos. Eles são responsáveis por cerca de 91% dos ativos, 92.5% dos depósitos totais e 83.6% do lucro líquido relativo ao Total Consolidado Bancário I (104 Instituições), conglomerados formado pelos bancos comerciais ou múltiplos, com carteira comercial.

Expansão de crédito

Segundo a Febraban, o volume de crédito no Brasil vem crescendo a uma taxa de 2 dígitos desde o ano de 2002

O de empréstimos do sistema financeiro saltou de R\$ 607 bilhões em dezembro de 2005 para R\$ 732,6 bilhões em dezembro de 2006, o que representou crescimento de 20,7%. Como proporção do Produto Interno Bruto, o volume de crédito atingiu o maior patamar desde abril

⁷ Dados encontrados no site da Federação Brasileira de Bancos, Febraban – www.febraban.com.br. Acesso em outubro de 2007.

de 1996, ao ficar em 34,3% do PIB. Entretanto, em março de 2006, os empréstimos livres representavam apenas 21,2% do PIB enquanto os empréstimos direcionados 10,4%.

Ao analisar-se o gráfico abaixo, onde mostra o Brasil dentro de um contexto mundial, entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, pode-se concluir que, ainda temos muito a crescer em termos de volume de Crédito X PIB. A solidez do sistema financeiro oferece uma ótima oportunidade para crescimento do crédito, como apoio fundamental ao crescimento econômico e, conseqüentemente, desenvolvimento social.

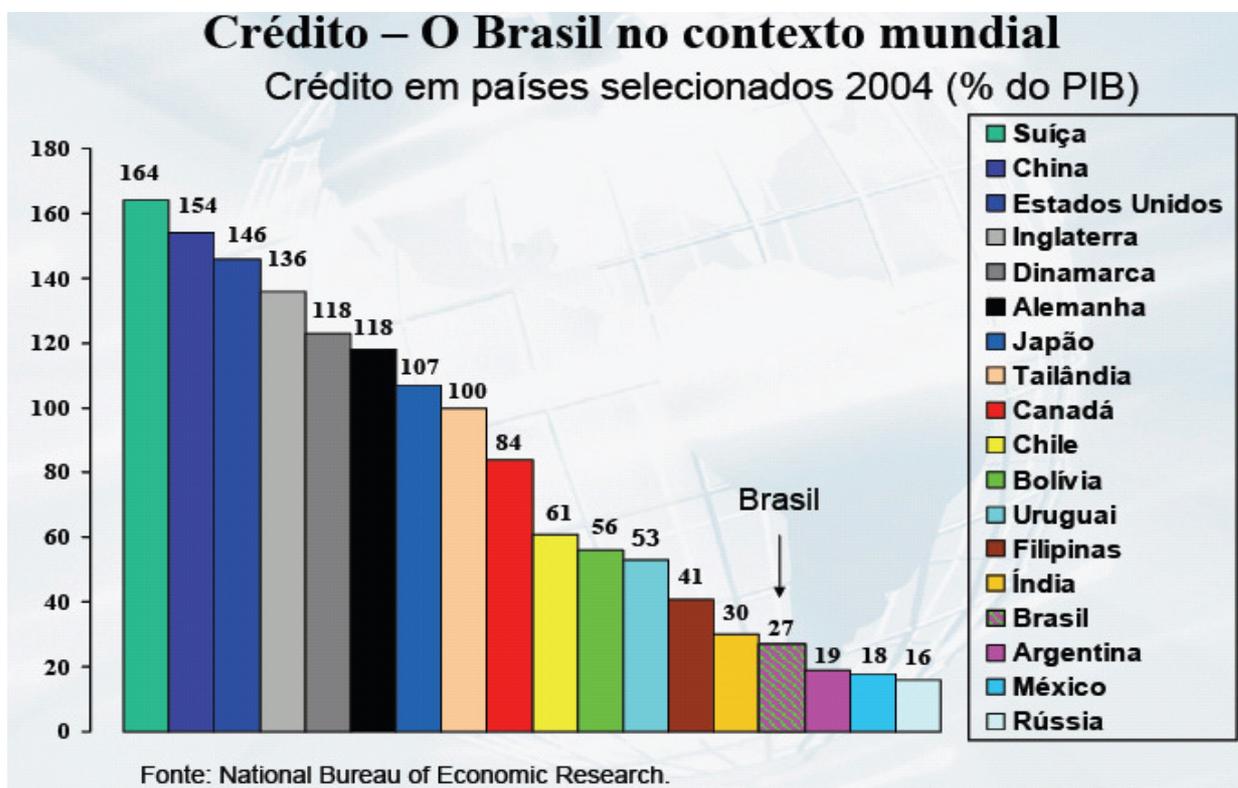


Gráfico extraído do site: <http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/Dadosdosetor/modulo-dados-credito-internet.pdf>

SOLIDEZ DOS BANCOS

O Patrimônio Líquido dos bancos que fazem parte do Sistema Financeiro Brasileiro atingiu o montante de R\$ 185,9 bilhões. A expansão do setor bancário ocorreu de forma saudável e sólida. O índice de Basiléia, que mostra a capacidade de solvência dos bancos, ficou em 19,6% em 2006, acima do mínimo exigido pelo Banco Central (11%) e do percentual recomendado internacionalmente (8%). Esse índice mostra não só a solidez do sistema

bancário brasileiro, mas também que há espaço, em termos de alocação de ativos, para a continuação da expansão da carteira dos bancos nos próximos anos.

:: Solidez dos Bancos

Itens de investimento	2006	2005	2004	2003	2002
Patrimônio líquido (R\$ bilhões) ^{(1) *}	185,9	153,2	137,6	121,1	107,1
Índice de Basileia ^{(2)**}	19,6	19,1	20,2	20,1	17,7

⁽¹⁾ Fonte: Bacen

⁽²⁾ Fonte: Bacen. Elaboração: Febraban

* Inclui bancos comerciais, múltiplos, de investimento e desenvolvimento e caixa econômica e exclui instituições financeiras não-bancárias e cooperativas de crédito

** Média ponderada dos 50 maiores bancos

Distribuição dos resultados (R\$ milhões)												
	dez/06'	Part.%	dez/05	Part.%	dez/04	Part.%	dez/03	Part.%	dez/02	Part.%	dez/01	Part.% <small>base</small>
Recursos Humanos	36.662	39,6	33.055	37,9	33.333	43,5	31.458	43,4	29.078	42,7	28.004	46,0
Salários e honorários	20.181	21,8	18.578	21,3	18.992	24,8	18.014	24,8	16.777	24,6	16.116	26,2
Encargos Sociais (30%)	10.090	10,9	9.289	10,6	9.496	12,4	9.007	12,4	8.389	12,3	8.058	13,1
Benefícios (10%)	3.363	3,6	3.096	3,5	3.165	4,1	3.002	4,1	2.796	4,1	2.686	4,4
Participações (Fncs e Minoritários)	3.028	3,3	2.093	2,4	1.680	2,2	1.434	2,0	1.116	1,6	1.145	2,4
Governo	23.977	25,9	21.885	25,1	20.060	26,2	18.294	25,2	15.729	23,1	11.198	25,5
Despesas Tributárias	9.135	9,9	7.915	9,1	7.721	10,1	6.187	8,5	5.439	8,0	4.207	9,3
Imposto Renda e Contr. Soc.	7.274	7,9	7.003	8,0	5.217	6,8	5.352	7,4	3.999	5,9	947	6,4
INSS sobre salário (22,5%)	7.568	8,2	6.967	8,0	7.122	9,3	6.755	9,3	6.291	9,2	6.043	9,8
Líquido para Acionistas	31.851	34,4	32.306	37,0	23.289	30,4	22.774	31,4	23.311	34,2	1.458	28,5
Dividendos Distribuídos	8.256	8,9	8.292	9,5	6.055	7,9	5.887	8,1	6.291	9,2	3.908	8,9
Lucro Retido	24.768	26,8	24.877	28,5	18.166	23,7	17.660	24,3	18.874	27,7	11.725	26,6
Prajzos	-1.173	-1,3	-864	-1,0	-933	-1,2	-773	-1,1	-1.855	-2,7	-14.175	-7,0
Total	92.490	100,0	87.246	100,0	76.682	100,0	72.525	100,0	68.118	100,0	40.660	100,0

Fonte: Austin Asis

^(*) Dados de 146 bancos.

SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

Os Bancos Comerciais integram o Sistema Financeiro Nacional como intermediários financeiros que transferem recursos dos agentes superavitários para os deficitários, mecanismo esse que acaba por criar moeda através do efeito multiplicador. Os Bancos Comerciais podem descontar títulos, realizar operações de abertura de crédito simples ou em conta corrente, realizar operações especiais de crédito rural, de câmbio e comércio

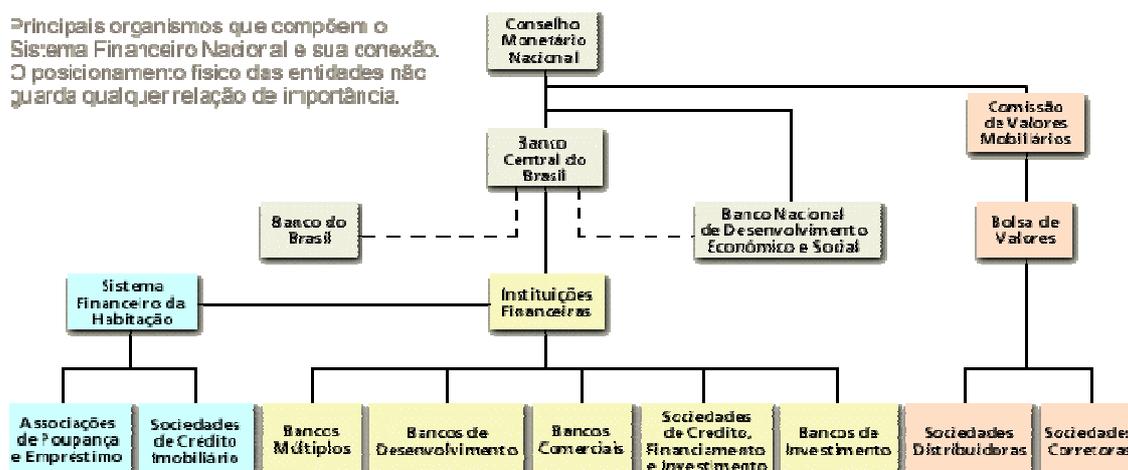
internacional, captar depósitos à vista e a prazo fixo, obter recursos junto às instituições oficiais para repasse aos clientes, etc.

O Sistema Financeiro Nacional⁸ é composto de instituições responsáveis pela *captação* de recursos financeiros, pela *distribuição* e *circulação* de valores e pela *regulação* deste processo.

No Relatório da Febraban (2006), o diretor, Fábio Colletti Barbosa, fala sobre o sistema financeiro brasileiro:

O sistema financeiro brasileiro é reconhecido por sua excelência, moldada em décadas de turbulência econômica. Para citar um exemplo, apesar das dimensões continentais, conseguimos fazer a maior parte das transferências dos recursos no mesmo dia. Essas são qualidades que já conhecemos. Agora, temos outro motivo para nos orgulhar: em um relatório lançado recentemente, o International Finance Corporation (IFC), braço privado do Banco Mundial, citou o sistema bancário brasileiro como um dos mais avançados do mundo em termos de sustentabilidade. Esse reconhecimento é especialmente importante neste momento em que temos de olhar para a interdependência como um fator fundamental para fazermos negócios.

As normas, operacionais, tributárias e contábeis do Sistema Financeiro Nacional são ditadas pelo CMN – Conselho Monetário Nacional (Lei no. 4595 de 1964) regulamentadas, controladas e fiscalizadas pelo Banco Central do Brasil e pela CVM-Comissão de Valores Mobiliários nas suas respectivas áreas de atuação.



⁸ Todas as informações referentes ao Sistema Financeiro Nacional foram retiradas do site do Banco Central: www.bcb.gov.br. Último acesso em 12.06.2008

O Conselho Monetário Nacional, CMN, é a entidade máxima do sistema financeiro. Composto pelo Presidente do Banco Central do Brasil, pelos Ministros da Fazenda e do Planejamento, ele é o responsável pelas políticas *monetária* e *cambial*, e pela segurança e eficácia do sistema financeiro; coordena a política creditícia e a dívida pública, transformando-se num conselho de política econômica.

O Conselho, entre outras atribuições, autoriza as emissões de papel-moeda; disciplina o crédito em suas modalidades e as formas das operações creditícias; estabelece limites para a remuneração das operações e serviços bancários ou financeiros; determina as taxas do recolhimento compulsório das instituições financeiras; regula a constituição, o funcionamento e a fiscalização de todas as instituições financeiras que operam no país. (<http://www.bcb.gov.br/?SFN>)

O Banco Central do Brasil, BACEN, é o órgão que regulamenta e supervisiona as atividades das instituições financeiras. É o responsável pela regulamentação, pela execução da política monetária e pela orientação e fiscalização do sistema financeiro. Está sediado em Brasília, possuindo representações regionais em Belém, Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo.

Integram, ainda o Sistema Financeiro Nacional:

- Comissão de Valores Mobiliários, CVM, órgão normativo do sistema financeiro, que desenvolve, disciplina e fiscaliza o mercado de valores mobiliários não emitidos pelo sistema financeiro e pelo Tesouro Nacional, o que significa basicamente o mercado de ações e debêntures;
- Sociedades Corretoras de Valores Mobiliários: São instituições típicas do mercado acionário, operando com compra, venda e distribuição de títulos e valores mobiliários por conta de terceiros. Elas fazem a intermediação com as bolsas de valores e de mercadorias e futuros. Efetuam lançamentos públicos de ações; administram carteiras e custodiam valores mobiliários. Instituem, organizam e administram fundos de investimento; operam no mercado aberto e intermediam operações de câmbio;

- Sociedades Distribuidores de Valores Mobiliários: Suas atividades são mais restritas do que a das corretoras, já que não tem acesso direto a Bovespa e a BM&F.
- Bolsa de Valores de São Paulo e a Bolsa Mercantil e Futuros são associações civis, sem finalidade lucrativa. Portanto, entidades privadas.

ANEXO D CARTA E QUESTIONÁRIO ENVIADOS AOS BANCOS PESQUISADOS



Rio de Janeiro,

Prezado (a) Senhor(a)

A Universidade Federal Fluminense, pelo seu preposto Arnaldo de Jesus Guimarães Filho, está enviando à V.Sas., material de pesquisa para conclusão de dissertação para o curso de Mestrado em Responsabilidade Social e Sustentabilidade.

Pela importância que essa instituição representa no cenário de Responsabilidade Social, e dada a proximidade do tempo para a conclusão do trabalho, solicitamos a resposta do questionário com a máxima brevidade possível e a possibilidade de uma eventual e breve entrevista, por telefone, de acordo com sua agenda.

Quaisquer dúvidas, gentileza contatar com o mestrando ARNALDO pelo telefone (21) 9971 0290 ou pelo E-mail arnaldo@openlink.com.br.

Aguardando breve retorno, subscrevemo-nos,

Cordialmente,

Prof.Orientador Eduardo Rodrigues Gomes - Ph.D

gomeser@vm.uff.br

BANCO:

Responsável pela coordenação do preenchimento

Nome:

Cargo e Área:

Telefone para contato:

PESQUISA PARA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

TÍTULO: VANTAGENS E DESVANTAGENS NAS DIVERSAS FORMAS ORGANIZACIONAIS DE ATUAÇÃO EM RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: OS GRANDES BANCOS NO BRASIL

ORIENTANDO: Arnaldo de Jesus Guimarães Filho

arnaldo@openlink.com.br

(21) 9971 0290

ORIENTADOR: Prof. Orientador Eduardo Rodrigues Gomes.Ph.D

1. Favor assinalar com um x na coluna à direita que razões você entende que levaram o banco a adotar a Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

1	Atender a demandas sociais da comunidade e/ou de grupos necessitados	
2	Melhorar a competitividade no mercado	
3	Beneficiar-se de incentivos fiscais tributários	
4	Inserir valores éticos nos seus negócios	
5	Visão do Estado como incapaz de resolver os problemas sociais	
6	Responder a exigências dos acionistas e diretores	
7	Responder à pressão dos consumidores	
8	Adotar um relacionamento ético com os empregados	
9	Melhorar ganhos de imagem ou produtividade	
10	Juntar-se à tendência do setor de adotar Responsabilidade Social	
	Outras especifique-as:	

Quais destas razões o sr/sra. classificaria como mais e menos importantes naquele momento inicial?

Menos importantes: as de números _____

Mais importantes: as de números _____

2. Favor assinalar com um x na coluna à direita que forma organizacional ou institucional o Banco adotou para levar a cabo a RSC?

1	Através de Fundação constituída	
2	Através de Instituto constituído	
3	Através de Fundação e Instituto constituídos	
4	Diretamente, através de área específica e parcerias	
	Outras especifique-as:	
5		
6		

3) Assinalar, por favor, se o sr./sra. concorda, discorda ou concorda parte com as afirmações abaixo sobre as relações da área de RSC com o Banco

		Concorda	Discorda	Concorda em parte
1	Há uma produtiva integração da área de RSC com a área de Marketing			
2	O planeamento da área de RSC é acatado pela alta direção do Banco			
3	A área de RSC dispõe de fácil acesso aos recursos materiais, humanos e tecnológicos do Banco			
4	As atividades de RSC têm grande integração nos negócios cotidianos do varejo do Banco			
5	A área de RSC participa das decisões estratégicas da alta diretoria do Banco			
6	Há um grande conhecimento das ações de RSC do Banco pelo seu quadro funcional			
7	Os grupos e comunidades apoiadas através de ações de RSC são definidas por critérios técnicos			
8	Pela sua natureza, a área de RSC tem dificuldades de se inserir na gestão cotidiana do Banco			
9	Os parceiros executores das ações de RSC como ONGs incorporam os valores administrativos do Banco			
10	O quadro funcional do Banco participa na definição e execução das ações de RSC			
11	Os resultados das ações de RSC são avaliados da mesma maneira que os resultados financeiros do Banco			
12	Definimos a atual forma organizacional visando maior independência e flexibilidade em relação as demais áreas do Conglomerado			
12	Outras afirmações que julgar importante			
13				
14				

4) Favor assinalar, no quadro a seguir, com um (+) quais são as razões mais importantes e com um (-) aquelas menos importantes na orientação do atual perfil das ações de Responsabilidade Social Corporativa do Banco?

1	Atender a demandas sociais da comunidade e/ou de grupos necessitados	
2	Melhorar a competitividade no mercado	
3	Beneficiar-se de incentivos fiscais tributários	
4	Inserir valores éticos nos seus negócios	
5	Visão do Estado como incapaz de resolver os problemas sociais	
6	Responder aos acionistas e diretores	
7	Responder à pressão dos consumidores/correntistas	
8	Adotar um relacionamento ético com os empregados	
9	Melhorar ganhos de imagem ou produtividade	
10	Juntar-se à tendência do setor de adotar Responsabilidade Social	
	Outras razões que julgar importante	
11		
12		
13		

ENTREVISTA COM EXECUTIVOS DAS ÁREAS FINAS DOS BANCOS:

As ações sociais de responsabilidade social empreendidas pelo Banco interferem de alguma forma, na conquista ou manutenção de clientes/negócios?

Resposta: Sim ou Não

Você considera que a área de responsabilidade social do Banco, pode ser considerada como um produto do Conglomerado?

Resposta: Sim ou Não

3. Considera que a área de responsabilidade social está integrada no dia-a-dia do Banco?

Resposta: Sim ou Não

Em sua opinião a forma organizacional de atuação da área de RS é a mais adequada para o Banco?

Resposta: Sim ou Não

Quaisquer outras observações:

ANEXO E INVESTIMENTOS DOS BANCOS EM AÇÕES SOCIAIS POR ÁREA:

BRADESCO

EDUCAÇÃO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Educa + Ação	Visa elevar o nível educacional de crianças	Educadores e estudantes	Interior de SP
Fundação Bradesco	Mantém escolas em regiões de baixo nível socioeconômico	Crianças, jovens e adultos	Abrangência nacional
Programa Educar Bovespa	Educação financeira a diferentes públicos e faixas etária.	Estudantes, educadores e famílias	Abrangência nacional
Canal Futura – o canal do conhecimento	Parceira com a Fundação Roberto Marinho na manutenção do Canal.	Crianças, jovens e adultos	Abrangência nacional
Bibliotecas e incentivo à leitura	Oferece acesso a livros e publicações em bibliotecas escolares	Crianças, jovens e adultos, estudantes e educadores	Abrangência nacional
Alfabetização Solidária	Apoio ao Projeto	Jovens e adultos não alfabetizados	Interior de MG
Educação profissionalizante técnica de nível médio	Cursos gratuitos de Gestão, Informática, Eletrônica e Agropecuária	Adolescentes concluindo o Ensino Médio	Abrangência nacional
Formação inicial e continuada de trabalhadores	Cursos livres de qualificação para o mercado de trabalho	Jovens e adultos	Abrangência nacional

CULTURA

Projetos Culturais

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Festival Cultural de Inverno Campos do Jordão	Evento cultural	Crianças, jovens e adultos	Campos de Jordão
Festival de Verão de Salvador	Música, esportes radicais, projetos sociais	Jovens e adultos	Região Nordeste
Patrocínio da Exposição <i>Degas: O Universo de Um Artista</i>	Exposição no Museu de Arte de São Paulo	Comunidade de São Paulo	São Paulo

Preservação do patrimônio artístico, cultural e histórico

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Restauração da Cúpula do Mosteiro de São Bento da Bahia	Restauro da Cúpula e do Altar Mor da Arquibadia da Basílica	Comunidade e turistas	Salvador e turistas
Restauração da Igreja Nossa Senhora da Boa Morte (SP)	Obras de recuperação da Igreja	Comunidade e turistas	Salvador e turistas
Restauração da Igreja da Vila de Santo Amaro (RS)	Restauro da igreja	Comunidade e turistas	Santo Amaro e turistas

ASSISTÊNCIA SOCIAL

Atendimento às necessidades básicas

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Participação do Teleton	Maratona para recebimento de doações	Crianças, jovens e pessoas com deficiência	Abrangência nacional

DESENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO

Apoio à comunidade

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Centro de Inclusão Digital (CID)	Manutenção de Centros de Inclusão Digital.	Crianças, jovens, Adultos	Abrangência nacional

Combate à fome e segurança alimentar

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Amigos do Bem	Ações sociais voltadas para famílias de baixa renda. Objetivo de combate a fome. Parceiro: ONG Amigos do Bem	Famílias	Nordeste

ESPORTE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Programa Finasa Esporte	Núcleos de Formação de meninas para iniciação esportiva	Meninas de 9 a 17 anos	Osasco - SP

SAÚDE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
A Saúde Bucal	Concurso promovido junto a alunos do ensino fundamental para a promoção da saúde bucal	Estudantes da rede estadual de ensino	São Paulo
Direito de viver	Patrocínio de shows para arrecadação de recursos para o Hospital do Câncer de Barretos (SP)	Pacientes com câncer do Hospital	Barretos

VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Programa de Informática para Deficientes visuais	Qualificar profissionalmente pessoas com deficiência visual na área de informática	Deficientes visuais de todo o Brasil	Abrangência nacional
Apoio à Fundação Dorina Nowill para Cegos	Patrocínio para publicação de livros em braile e falado para pessoas com deficiência visual	Deficientes visuais de todo o Brasil	Abrangência nacional

PROGRAMAS OU PROJETOS DE VOLUNTARIADO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Programa de Voluntariado Educativo	Promoção do Dia Nacional de Ação Voluntária. 40 escolas da Fundação Bradesco fazem ações voluntárias	Crianças, jovens e adultos	Abrangência nacional

ABN AMRO REAL

EDUCAÇÃO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Escola Brasil	Voluntariado para a melhoria Da educação pública	Comunidade brasileira	Abrangência nacional
Brincando na Rede	Site de entretenimento - formação	Crianças de 05 a 12 anos	Abrangência nacional
Programa Compartilhar	Alfabetização de adultos e incentivo a conclusão do ensino médio	Adultos portadores de Síndrome de Down	São Paulo

CULTURA

Projetos Culturais

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Exposição Arte Moderna em Contexto	Coleção de arte modernista	Comunidade	Rio de Janeiro
A Pátria de Chuteiras	Exposição sobre a história do futebol	Comunidade	São Paulo
Museu de Arte Moderna	Patrocínio ao MAM-SP e MAN-RJ	Comunidade	São Paulo e Rio de Janeiro
Instituto Cultural Banco Real	Patrocínio	Comunidade	Recife

Preservação do patrimônio artístico, cultural e histórico

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Restauração da Escola Rodrigues Alves	Finalização das obras de restauração	Comunidade da escola	São Paulo

DESENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO

Apoio à comunidade

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Alameda das Flores	Oportunidades de emprego a jovens de baixa renda	Comunidade	São Paulo

Erradicação da pobreza e combate às desigualdades sociais

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Programa Amigo Real	Capacitação de funcionários	Crianças e Adolescentes	Abrangência nacional

ESPORTE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Volvo Ocean Race	Patrocínio de barcos em campanha Para divulgação de valores corporativos	Esportistas, cooperativas e clientes	Rio de Janeiro
Corrida de rua e Qualidade de vida	Corrida em campanha para melhoria da qualidade de vida	Comunidade, clientes e colaboradores	Abrangência nacional-

VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Educar para a Igualdade Racial	Sensibilizar e subsidiar educadores sobre a importância da eliminação de discriminação racial/étnica	professores	-
Virtual Vision	Parceria com a Microsoft para divulgação e distribuição do programa que permite acesso ao computador a deficientes visuais	Sociedade em geral / pessoas com deficiência	Abrangência nacional

PROGRAMAS OU PROJETOS DE VOLUNTARIADO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Programa de Voluntariado Educativo	Promoção do Dia Nacional de Ação Voluntária. 40 escolas da Fundação Bradesco fazem ações voluntárias	Crianças, jovens e adultos	Abrangência nacional

ITAU

EDUCAÇÃO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Programa Melhoria da Educação no Município	Fortalecimento de equipes gestoras da Educação em municípios de baixo IDH.	Educadores e teóricos de municípios de baixo IDH	São Paulo e Piauí
Programa Escrevendo o Futuro	Formação de educadores e melhoria da qualidade do ensino público	Professores e alunos de 4ª e 5ª séries do ensino fundamental público	Abrangência nacional
Educação e Participação – Encontros de Formação	Fortalecer iniciativas de ONGs que atuam na área da educação. Parceria com UNICEF	Profissionais que atuam em ONGs, escolas	Abrangência nacional
Educação e Participação – Gestores de Aprendizagem Socioeducativa	Capacitação de educadores e assistentes sociais de governos e ONGs	Estudantes, educadores e famílias	Abrangência nacional
Apoio a bibliotecas	Apoio, construção e manutenção de bibliotecas abertas ao público	Adolescentes e adultos	Abrangência nacional
Alfabetização Solidária	Apoio ao Projeto de redução do analfabetismo	Jovens e adultos não alfabetizados	Abrangência nacional

CULTURA

Projetos Culturais

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Museu de Arte Moderna de São Paulo	Apoio a eventos, programa e projetos	Comunidade	São Paulo e região
Instituto Itaú Cultural	Pesquisa sobre arte e cultura brasileira; programas de apoio a novos talentos, difusão de produtos culturais, entre outros	Toda a sociedade	Abrangência nacional

Preservação do patrimônio artístico, cultural e histórico

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Museu Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro	Plano de recuperação emergencial da estrutura do Museu.	Comunidade do Rio de Janeiro	Rio de Janeiro

DESENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO

Combate à fome e segurança alimentar

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Ação Fome Zero	Contribuição para atividades de apoio Na área de Segurança Alimentar	Sociedade civil e conselhos de Alimentação Escolar	-

Erradicação da pobreza e combate às desigualdades sociais

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Ribeirão das Neves	Erradicação do Trabalho Infantil, Apoio as ações do Programa de Erradicação do Trabalho Infantil, PETI, do Governo Federal	Crianças em situação de risco	Ribeirão das Neves - MG
Russas	Erradicação e prevenção do Trabalho infantil	Crianças e adolescentes em situação de risco	Russas, Ceará

Atendimento às necessidades básicas

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Fundação Projeto Travessia	Atendimento a crianças e adolescentes em situação de rua	Toda a sociedade	Regiões dentro, leste e sul de São Paulo – SP.
Projeto Axé	Arte-educação para crianças em situação de exclusão social	Crianças e adolescentes em situação de risco	Salvador - BA

Doações e apoios pontuais

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Programa Itaú Social	Apoio financeiro a organizações da sociedade civil para projetos sociais, nas áreas de educação, saúde, cultura e reconstrução e preservação de patrimônio.	Organizações da sociedade civil	Abrangência nacional
Gincana da Solidariedade	Campanha para arrecadação de agasalhos	Colaboradores da Grande São Paulo	São Paulo - SP

PROGRAMAS OU PROJETOS DE VOLUNTARIADO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Programa Itaú Voluntário	Apoio de colaboradores do Banco Itaú a programas sociais.	Colaboradores e seus familiares da Administração Central – 79 municípios de 15 estados	15 estados brasileiros
Programa Itaú Solidário	Campanha para doações a projetos Cadastrados nos Conselhos Municipais dos Direitos das Crianças e Adolescentes	17 municípios de 15 estados	15 estados e Distrito Federal
Prêmio Escola Voluntária	Parceria com a Rádio Bandeirante premia escolas que desenvolvem projetos sociais	Escolas	São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná e Rio Grande do Sul.
Programa Participação Cidadã	Estimular funcionários e seus familiares para ações voluntárias	Funcionários e familiares	-

SAÚDE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Associação de Assistência a Criança Cardíaca e à Transplantada do Coração (ACTC)	Assistência e hospedagem de crianças portadoras de doenças cardíacas graves.	Crianças vindas de todo o Brasil e países vizinhos	Abrangência nacional

VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Geração XXI / Família XXI	Ação afirmativa para jovens negros. Apoio financeiro e acompanhamento educacional durante 9 anos.	Adolescentes afrodescendentes de baixa renda	-

HSBC

EDUCAÇÃO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Adequando as escolas das aldeias ao modo tradicional de vida Palter Surui	Ações de integração do conhecimento formal com os conhecimentos tradicionais do povo Surui.	População do Surui (RO)	Roraima
Aprendendo no Quintal	Atividades de preservação e proteção ambiental em pequenas comunidades rurais	Proprietários rurais, famílias e escolas de Ponta Porá (MS)	Ponta Porã, Mato Grosso do Sul
Cultivando a Educação no Campo	Qualificar a aprendizagem de alunos, visando a permanência na escola	Grupo Escolar Manoel Batista de Lima, Bonito (PE)	Bonito, Pernambuco
HSBC Educação	Apoio a aprendizagem formal e acompanhamento da saúde	Crianças de Curitiba	Região metropolitana de Curitiba, Paraná.
Educando pra o Século XXI	Diminuir a evasão escolar, integrar a família, a escola e a comunidade	Crianças e adolescentes da Região Sudeste	Região Sudeste do país
Juntos Construindo Educação	Capacitação de professores da Escola Regular e do Projeto Crescendo em Cidadania	Crianças e adolescentes da Região Sudeste	Região Sudeste do país
Construindo o Futuro com as Mãos	Capacitação de jovens surdos para texturização e recuperação de móveis	Jovens 20 deficientes auditivos da Região Sudeste	Região Sudeste
Estação Digital	Inclusão digital de pessoas com deficiência, por meio de softwares específicos	Pessoas com deficiência da Região Norte	Região Norte

PROGRAMAS OU PROJETOS DE VOLUNTARIADO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Maratona Social	Competição solidária em prol de ações em favor da comunidade		

SAÚDE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Família Participante	Estímulo a acompanhantes de crianças internadas para que fiquem com a criança no período de hospitalização	Crianças em tratamento hospital	Região Sul

SANTANDER/BANESPA

EDUCAÇÃO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Boa Vizinhança – Escola Maria Petrolina	Resgatar a auto-estima da comunidade escolar e aumentar qualidade de ensino	Escola Estadual Maria Petronila	Escola Estadual Maria Petronila - SP
Redescobrimo o Centro de São Paulo	Promoção de visitas ao Centro de São Paulo.	Crianças de baixa renda, de 7 a 14 anos da cidade de São Paulo.	Município de São Paulo
Projeto Multiplicar – Associação Cirandar	Melhoria da qualidade pedagógica e gerencial de organizações sociais apoiadas pela Assoc. Cirandar	Coordenadores pedagógicos, educadores, diretores de entidades.	Grande São Paulo
Projeto Alicerce – Instituto Social Maria Telles (Ismart)	Estimular o desenvolvimento acadêmico de talentos	Jovens de baixa renda, alunos da rede pública de ensino fundamental.	São Paulo
Publicação e distribuição de livros em braile	Impressão de livros em braile. Parceria com a Fundação Dorina Nowill	Crianças, adolescentes e adultos com deficiência visual.	Abrangência nacional
Projeto Ativa-mente em Bibliotecas Comunitárias do Instituto Brasileiro de Estudos e Apoio Comunitário (Ibeac)	Apoio a bibliotecas comunitárias.	Adolescentes, jovens e profissionais de educação, saúde e comunidade.	Cidade Tiradentes e Sacomã, em São Paulo
Alfabetização solidária	Contribui par a alfabetização da comunidade do município de Manari, Pernambuco, desde 2003.	Comunidades de várias cidades brasileiras	Abrangência nacional
Projeto Padarias Artesanais – Fundo Social de Solidariedade do Estado de São Paulo	Melhorar a qualidade da alimentação e capacitar profissionais; reforçar a merenda escolar	Homens, mulheres, organizações sociais e merendeiras das escolas estaduais de SP	Estado de São Paulo
Agricultura familiar, parceria Universidade Solidária	Fortalecimento da agricultura familiar cooperada	Pequenos agricultores	São José do Norte, Rio Grande do sul

CULTURA

Projetos Culturais

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Ação Educativa em Artes Visuais	Estimular a criatividade e a percepção, por meio de práticas educativas	Estudantes, professores, ongs, grupos empresariais,	Sul do Brasil

SAÚDE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
Humanização Hospitalar – Instalação de brinquedotecas	Criar ambiente mais adequado e humano para crianças hospitalizadas	Crianças, adolescentes e Profissionais da área de saúde	São Paulo - SP
Instituto Se Toque	Apoio ao Instituto para orientação sobre o câncer de mama.--	Funcionários e colaboradores do banco e estudantes das escolas municipais de São Paulo	São Paulo - SP
Din Din Natal da Alegria	Produto de capitalização com renda revertida para pesquisa e humanização hospitalar	Clientes de todo o Brasil	Abrangência nacional

TERCEIRA IDADE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
História da Gente	Programa de educação para a cidadania. Reúne idosos e crianças em torno da história do município de Ribeirão Preto.	Crianças e Idosos do município	Ribeirão Preto – SP

APOIO A FUNDOS DE DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

Projeto	Descrição	Público	Abrangência
IR Solidário	Parceria com Conselhos de Direitos da Criança E do Adolescente em diversas cidades para destinação de 1% do IR devido aos Fundos de Direitos	Crianças e adolescentes	São Paulo e região sul do país

PROGRAMAS OU PROJETOS DE VOLUNTARIADO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Neste Natal Faça uma Criança Sorrir	Campanha de Natal – incentivo a doação de roupas e calçados	Crianças e adolescentes alunos de creches	São Paulo

UNIBANCO

EDUCAÇÃO

Projeto	Descrição	Público-alvo	Abrangência
Centro de Estudos Instituto Unibanco	Promove o acesso da população a biblioteca do Instituto.	Comunidade do distrito Raposo Tavares	
Projeto Multiplicar – Associação Cirandar	Melhoria da qualidade pedagógica e gerencial de organizações sociais apoiadas pela Assoc. Cirandar	Coordenadores pedagógicos, educadores, diretores de entidades.	Grande São Paulo
Projeto Alicerce – Instituto Social Maria Telles (Ismart)	Estimular o desenvolvimento acadêmico de talentos	Jovens de baixa renda, alunos da rede pública de ensino fundamental.	São Paulo
Publicação e distribuição de livros em braile	Impressão de livros em braile. Parceria com a Fundação Dorina Nowill	Crianças, adolescentes e adultos com deficiência visual.	Abrangência nacional
Projeto Ativa-mente em Bibliotecas Comunitárias do Instituto Brasileiro de Estudos e Apoio Comunitário (Ibeac)	Apoio a bibliotecas comunitárias.	Adolescentes, jovens e profissionais de educação, saúde e comunidade.	Cidade Tiradentes e Sacomã, em São Paulo
Alfabetização solidária	Contribui par a alfabetização da comunidade do município de Manari, Pernambuco, desde 2003.	Comunidades de várias cidades brasileiras	Abrangência nacional
Projeto Padarias Artesanais – Fundo Social de Solidariedade do Estado de São Paulo	Melhorar a qualidade da alimentação e capacitar profissionais; reforçar a merenda escolar	Homens, mulheres, organizações sociais e merendeiras das escolas estaduais de SP	Estado de São Paulo
Agricultura familiar, parceria Universidade Solidária	Fortalecimento da agricultura familiar cooperada	Pequenos agricultores	São José do Norte, Rio Grande do sul

Todas as informações acima, foram extraídas dos websites dos respectivos bancos.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)