

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL**

ARIANE CAMILA SPENGLER

**AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAIS NO AMBIENTE
EXTERNO E INTERNO DA ORGANIZAÇÃO BRADESCO**

SÃO LEOPOLDO

2015

ARIANE CAMILA SPENGLER

**AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAIS NO AMBIENTE
EXTERNO E INTERNO DA ORGANIZAÇÃO BRADESCO**

Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão Empresarial, pelo Curso de MBA em Gestão Empresarial da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Orientador: Prof. MS. Nestor Luís Jung

São Leopoldo

2015

Dedico esta monografia aos meus pais, Aloisio Lucio Spengler e Teresinha Spengler, por serem o meu porto seguro e por me darem forças sempre, para alcançar meus objetivos. Ao meu namorado, Carlos Samuel Schorr, pela compreensão nas horas dedicadas ao meu trabalho e por todo apoio concedido. A vocês, dedico o meu carinho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por me conceder a luz para trilhar o meu caminho, e por ter me dado proteção durante estes anos.

Aos meus pais, Aloisio Lucio Spengler e Teresinha Spengler, por terem me apoiado de todas as formas necessárias, todos os dias, para conquistar meu objetivo e por acreditarem nas minhas escolhas.

Ao meu namorado, Carlos Samuel Schorr, pelo incentivo e apoio prestados, para que eu pudesse concluir o trabalho.

Ao Professor MS. Nestor Luís Jung, pelo tempo dedicado em suas orientações para a elaboração deste trabalho, ao incentivo e colaboração prestados no desenvolvimento de minhas ideias.

A todos vocês, meus sinceros agradecimentos.

As chances de sucesso serão maiores se os gestores de uma organização e os responsáveis pela implantação de ações de gestão socioambiental dominarem os conceitos básicos relacionados a esse tema. (MELLO et al., 2008, p. 10).

RESUMO

A responsabilidade socioambiental é um diferencial de competitividade, na medida que os preços praticados são muito semelhantes e o consumidor, em geral, vem demonstrando que prefere utilizar produtos e serviços de empresas que se preocupam com as questões sociais e ambientais. Os bancos, intermediadores financeiros, são exemplos de instituições que prezam a manter sua imagem e transparência condizente com os princípios socioambientais para os agentes com os quais interagem, os *stakeholders*. O objetivo desse estudo foi analisar as ações de responsabilidade socioambientais adotadas no ambiente externo e interno da Organização Bradesco. Para atingir tal objetivo, realizou-se uma pesquisa exploratória baseada em bibliografia de dados secundários sobre as ações desenvolvidas pelo Bradesco, Relatórios Anuais de Sustentabilidade e *website* da empresa. A análise das práticas de ações de responsabilidade socioambientais desenvolvidas pelo banco, foi contemplada, a partir do seu relacionamento com os clientes, fornecedores, comunidade e funcionários, enfim, com todos os *stakeholders* envolvidos. A partir desta análise, procurou-se descrever as ações de responsabilidade socioambientais adotadas pela Organização Bradesco.

Palavras-chave: Responsabilidade Socioambiental. Sustentabilidade. Bradesco. Relacionamento com *stakeholders*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Marca Bradesco	42
Figura 2 – Compromissos Voluntários	52
Figura 3 – Estrutura do Programa Gestão da Ecoeficiência	53
Figura 4 – Barco Voyager III.....	66
Figura 5 – Planejamento Estratégico e Matriz de Relevância	68
Figura 6 – Segmentação dos Clientes Pessoa Física e Pessoa Jurídica.....	69

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Origem do Resultado	46
Gráfico 2 – Evolução da Carteira das Linhas de Crédito Socioambientais (R\$ bilhões)...	54
Gráfico 3 – Perfil dos Alunos (%)	62
Gráfico 4 – Índice de Satisfação dos Funcionários (%).....	77

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Diferença entre Filantropia e Responsabilidade Social	23
Quadro 2 – Prêmios de Sustentabilidade	56

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Sistema Financeiro Brasileiro	42
Tabela 2 – Principais Indicadores Bradesco	45
Tabela 3 – Projetos Contratados Avaliados do Ponto de Vista Socioambiental.....	50
Tabela 4 – Projetos Monitorados Princípios do Equador e Risco Socioambiental	50
Tabela 5 – Fundos de Investimento Socioambientais	55
Tabela 6 – Fundação Bradesco	61
Tabela 7 – Fundação Bradesco: Total de Alunos por Modalidade de Ensino	62
Tabela 8 – Bradesco Projetos (R\$ milhões)	63
Tabela 9 – Bradesco: Iniciativas Incentivadas (R\$ milhões)	64
Tabela 10 – Bradesco: Apoios Institucionais (R\$ milhões)	65
Tabela 11 – Atendimento a Acionistas, Analistas e Investidores	69
Tabela 12 – Etapas do Relacionamento com Fornecedores que envolvem Aspectos Ambientais.....	70
Tabela 13 – Indicadores Sociais Internos	74
Tabela 14 – Casos de Discriminação.....	75
Tabela 15 – Composição dos Grupos Minoritários.....	75

LISTA DE SIGLAS

AACD	Associação de Assistência à Criança Deficiente
APAE	Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais
BISC	Benchmarking do Investimento Social Corporativo
BNDES	Banco Nacional do Desenvolvimento
BOVESPA	Bolsa de Valores de São Paulo
CDC	Crédito Direto ao Consumidor
CECP	Encouraging Corporate Philanthropy
CTI	Centro de Tecnologia da Informação
DJSI	Dow Jones Sustainability Index
DJSIW	Dow Jones Sustainability Index World
EIRIS	Ethical Investment Research Service
EPA	Environmental Protection Agency
ETE	Estação de Tratamento de Esgoto
FAS	Fundação Amazonas Sustentável
FEBRABAN	Federação Brasileira de Bancos
FSC	Forest Stewardship Council
FTSE4	Financial Times Sustainability
GEE	Gases Efeito Estufa
IBASE	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
IF	Instituição Financeira
IFC	International Finance Corporation
IGC	Índice de Governança Corporativa
IPCC	Intergovernmental Panel on Climate Change
ISE	Índice de Sustentabilidade Empresarial
MMA	Ministério do Meio Ambiente e Amazônia Legal
NYSE	Bolsa de Nova York
OIT	Organização Internacional do Trabalho
PNUMA	Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
PRI	Principles for Responsible Investing
PUE	Power Usage Effectiveness
RI	Relações com Investidores

ROHS	Restriction of the Use of Certain Hazardous Substances
RS	Responsabilidade Social
RSE	Responsabilidade Social Empresarial
SGRS	Sistema de Gestão de Responsabilidade Social
UNIBRAD	Universidade Bradesco

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Definição do Tema	14
1.2 Delimitações do Trabalho	14
1.3 Objetivos	15
1.3.1 Objetivo Geral	15
1.3.2 Objetivos Específicos:	15
1.4 Justificativa	15
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL - CONTEXTUALIZAÇÃO	17
2.1 Responsabilidade Corporativa Social e Ambiental	18
2.2 Responsabilidade Social X Filantropia	20
2.3 Indicadores de Sustentabilidade	23
3 RESPONSABILIDADE E SUSTENTABILIDADE NO SETOR FINANCEIRO	27
3.1 Práticas de Sustentabilidade	29
3.2 Acordos e Princípios	32
4 BANCO BRADESCO	40
4.1 Caracterização do Banco Bradesco	41
4.2 Evolução dos Investimentos Socioambientais	47
4.3 Ações de Responsabilidade Socioambientais no Ambiente Externo e Interno da Organização Bradesco	57
4.3.1 Investimentos Sociais Externos.....	59
4.3.2 Programas e Ações Sociais do Bradesco	61
4.3.3 Inclusão Financeira	65
4.3.4 Relacionamento com Stakeholders	67
4.3.5 Ambiente Interno da Organização.....	74
4.4 Análise das Ações Socioambientais no Ambiente Externo e Interno da Organização Bradesco	78
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
REFERÊNCIAS	88

1 INTRODUÇÃO

Um dos temas mais debatidos na atualidade é o desenvolvimento sustentável, conceito que, em síntese, significa desenvolvimento com a preservação de todos os recursos naturais e proteção ao meio ambiente. Discute-se a aplicação desse conceito tanto para as sociedades como para as empresas. Sob a abordagem da teoria sistêmica – a empresa vista como um sistema aberto interagindo com o ambiente externo e interno -, elas são partes de um sistema maior, isto é, do ambiente no qual estão inseridas, influenciando e sendo influenciada por esse meio ambiente.

Embora não possua um forte impacto socioambiental direto, o setor financeiro possui impacto indireto, que se dá principalmente por meio de suas atividades de financiamento para seus clientes e no seu relacionamento com seus fornecedores. O principal papel dos bancos no desenvolvimento sustentável, portanto, não é um papel de executor de mudanças, mas, sim, de indutor de mudanças nas partes com as quais se relaciona. Exercendo este papel, os bancos brasileiros, considerando seu considerável porte, capilaridade e potencial de geração de empregos, podem contribuir enormemente para a mudança de postura de grande parte da sociedade brasileira.

O setor financeiro começou a tratar de forma mais direta o conceito de sustentabilidade, ajustando sua gestão em direção a um caminho responsável, gerando assim ações mais sustentáveis e incorporando conceitos voltados à sustentabilidade junto aos seus parceiros e à sociedade. A temática sustentabilidade, por sua vez, passou de ser tratada somente como ferramenta de gestão ambiental, passando a se constituir em fator capaz de influenciar o comportamento da instituição bancária e de seus funcionários, visando melhoria de sua imagem e diminuição de seus custos, viabilizando assim caminhos para alcançar vantagem competitiva duradoura.

Com isto, o desenvolvimento deste trabalho se justifica por apresentar um tema contemporâneo, que trata da preocupação atual da Organização Bradesco com a sustentabilidade, mais especificamente, as ações de responsabilidade socioambientais adotadas no ambiente externo e interno da Organização.

1.1 Definição do Tema

O tema responsabilidade socioambiental tem tido crescente importância no cotidiano das empresas, como forma de conscientização e exigência por parte dos consumidores, investidores, acionistas, em relação aos produtos e serviços oferecidos pela organização, bem como o tratamento dispensado ao meio social e ambiental.

Um dos motivos para uma empresa ser socialmente responsável e incorporar a sustentabilidade a seus negócios, parte do princípio de que a adoção de práticas socioambientais agrega valor e é um processo irreversível.

Segundo Ashley (2010, p. 62),

O que se espera de uma empresa realmente preocupada em contribuir para a solução dos problemas de base da sociedade é que ela tenha uma política institucional firme, ética, dinâmica e empreendedora, e que a responsabilidade social seja um processo natural dentro dela, fluindo como a responsabilidade social de cada cidadão.

Os bancos, instituições financeiras intermediadoras do desenvolvimento, ao darem atenção especial às questões socioambientais, não estão apenas reconhecendo sua vulnerabilidade em relação aos impactos dessa natureza, mas também a oportunidade privilegiada de desenvolver novos mercados a partir de tais impactos, conforme Mattarozzi (2008).

Diante desse contexto, surge uma indagação: Quais as ações de responsabilidade socioambientais adotadas na Organização Bradesco e os impactos dessas ações no ambiente interno e externo?

1.2 Delimitações do Trabalho

O universo da pesquisa limita-se a analisar quais as ações de responsabilidade socioambientais adotadas na Organização Bradesco, e o impacto dessas ações no ambiente interno e externo.

A conduta social é relevante na determinação do resultado da empresa. Quanto mais forte forem as condutas sociais adotadas pelas empresas, melhores serão os seus resultados econômico-financeiros. (SOUZA, 2008).

Estratégias de responsabilidade socioambiental e de sustentabilidade, que antes eram percebidas como diferencial mercadológico, passaram a ser prática

exigida pela comunidade financeira, por investidores, pelo público consumidor, pelos órgãos normativos e pelas demais organizações ligadas a questões ambientais e sociais. (CONCEIÇÃO, 2010).

Atores importantes no processo de dinamização das atividades econômicas, os bancos intermediam projetos, sendo que muitos desses podem justificar-se como necessários ao desenvolvimento das economias, mas, ao mesmo tempo, causar impactos socioambientais indesejáveis ou até mesmo irreversíveis.

Desta forma, a pesquisa pretende analisar as ações de responsabilidade socioambientais adotadas na Organização Bradesco, e o impacto dessas ações no ambiente interno e externo.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar quais as ações de responsabilidade socioambientais adotadas na Organização Bradesco, e o impacto dessas ações no ambiente interno e externo.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- a) explicar o conceito de Responsabilidade Socioambiental;
- b) identificar e apresentar as principais estratégias e ações de Responsabilidade Socioambiental adotadas pela Organização Bradesco;
- c) analisar o impacto das ações de responsabilidade socioambientais no ambiente externo e interno da Organização Bradesco.

1.4 Justificativa

A responsabilidade social corporativa é uma conduta que vai da ética nos negócios às ações desenvolvidas na comunidade, passando pelo tratamento dos funcionários e relações com acionistas, fornecedores e clientes. Um fato digno de atenção vem surgindo no mundo com o exercício da responsabilidade social corporativa. As ações sociais das empresas vêm sofrendo mudanças significativas em seu escopo, objetivo, natureza e características. A ênfase nos resultados, a definição de focos precisos e a preferência pelas ações transformadoras que

conduzem à mudanças sociais, introduziram um novo paradigma no campo das ações sociais das empresas. (MELO NETO; FROES, 1999).

Segundo Melo Neto (2001), a avaliação do exercício da responsabilidade social corporativa pressupõe análise detalhada de três dimensões: como a empresa se comporta (quais valores que adota, e como os promove junto a seus diversos públicos); como a empresa desenvolve suas ações sociais e como a empresa se relaciona com os seus diversos público alvo (empregados, clientes, governo, fornecedores, acionista e sociedade). Podemos dizer que quanto maior a participação da empresa nessas três dimensões, maior e melhor a sua gestão de responsabilidade social.

À medida que as empresas incluem, nos seus modelos de gestão, estratégias de desenvolvimento com sustentabilidade, assumindo uma postura socialmente responsável, existe também, a preocupação em evidenciar as ações comprometidas com esse desenvolvimento.

Um dos meios de demonstrar como a empresa evidencia a responsabilidade social é através do Balanço Social. Segundo Mello, Lemos e Nascimento (2008), o balanço social da empresa deve explicitar a forma de gestão de negócios e os resultados atingidos, investimentos realizados e os desafios para o futuro. De modo geral, o demonstrativo publicado anualmente pelas empresas, mostra o que foi feito em prol dos funcionários e comunidade, com o objetivo de dar transparência aos procedimentos sociais.

Cresce, enfaticamente, a importância do Balanço Social, pois há uma consciência cada vez maior de que as organizações vivem em função da sociedade e, por isso, devem apresentar a ela, de maneira transparente e clara, todas as informações de como usam os recursos naturais e sociais.

Os bancos, agentes propulsores do desenvolvimento, por meio da intermediação financeira que realizam, são exemplos de instituições que prezam a manter sua imagem e transparência condizente com os princípios socioambientais para os agentes com os quais interagem (*stakeholders*): investidores, governos, clientes, consumidores e colaboradores. (CONCEIÇÃO, 2010).

Desta forma, o presente estudo se justifica por avaliar a performance do Banco Bradesco em relação as suas ações socioambientais internas e externas.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL - CONTEXTUALIZAÇÃO

Em face das crescentes exigências de mercado dos clientes, fornecedores, acionistas, gestores e ambiente interno, as empresas têm de agir de forma responsável em seus relacionamentos internos e externos.

A preocupação com as questões ambientais e de responsabilidade social faz com que a organização dos novos tempos escolha fornecedores que atendam a seus requisitos éticos e que atestem que os insumos produtivos contratados atendam a seus requisitos ambientais, predefinidos em sua política corporativa. Ou seja, a gestão de uma organização avança para o âmbito interno das empresas que contrata como fornecedores, ultrapassando, assim, as fronteiras organizacionais tradicionais. (TACHIZAWA, 2008).

Os clientes estão voltados cada vez mais à expectativa de interagir com organizações que sejam éticas, com boa imagem institucional de mercado, e que atuem de forma ecologicamente responsável.

Para Ashley (2010), para que a responsabilidade social exista é necessário, antes de tudo, que as técnicas e filosofias das empresas sejam repensadas, que o fim social não seja massacrado pelo desejo do lucro – lucro este que não deve ser um fim em si, e, sim, o viabilizador de uma atitude mais ética e responsável por parte das empresas.

Segundo Tachizawa (2008), a responsabilidade social e ambiental pode ser resumida no conceito de *efetividade*, como o alcance de objetivos do desenvolvimento econômico-social. Ou seja, uma organização é efetiva quando mantém uma postura socialmente responsável.

A concepção de responsabilidade social é vista como um modelo de gestão baseado em princípios e valores éticos, em que a empresa estabelece relações de reciprocidade e de responsabilidade com todas as partes envolvidas em seus negócios, contribuindo para o desenvolvimento social, ambiental e econômico da sociedade.

É nesse sentido que se pode dizer que

[...] apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente não são suficientes para atribuir a uma empresa a condição de socialmente responsável. É necessário investir no bem-estar dos seus funcionários e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia

com seus parceiros e garantir satisfação de seus clientes e/ou consumidores. (MELO NETO; FRÓES, 1999, p. 78).

Nesse contexto, a atuação das empresas deve se calcar em valores fundamentais da vida no âmbito social, econômico e ambiental, como direitos humanos, dos funcionários, grupos de interesse, proteção ambiental, envolvimento comunitário, relação com fornecedores e clientes, entre outros.

Nos próximos subcapítulos, serão tratados os temas de responsabilidade corporativa social, a responsabilidade social e filantropia e os indicadores de sustentabilidade.

2.1 Responsabilidade Corporativa Social e Ambiental

A sustentabilidade corporativa pode estar presente em empresas do setor financeiro de diversas formas. Em alguns casos, ela se faz mais presente na criação de novos produtos com características específicas ligadas à inclusão social ou à preservação ambiental, por exemplo. Em outros, há maior esforço na mudança de processos existentes, como a inserção de análise de riscos socioambientais no processo de avaliação de risco de crédito ou, ainda, na utilização de critérios de sustentabilidade na seleção de fornecedores. Um terceiro grupo de empresas preocupa-se com ambas as dimensões. (WANJBERG, 2007).

O primeiro passo da sustentabilidade aos negócios é a determinação de fazê-lo. No plano institucional, isso significa realmente integrar o conceito à missão e à estratégia da organização, de tal forma que o compromisso com critérios socioambientais passe a fazer parte de sua cultura, sendo reconhecido por funcionários, clientes, acionistas, fornecedores e também pelo público em geral. (MATTAROZZI, 2008).

Segundo Melo Neto (2001), uma empresa lucra socialmente quando suas ações sociais internas dão bons resultados. Isso pode ser percebido e identificado quando sua produtividade aumenta, os gastos com saúde dos funcionários diminuem, a organização consegue desenvolver o potencial, habilidades e talentos dos funcionários.

Externamente, a empresa lucra socialmente com a maior credibilidade e confiança que os clientes nela depositam, o que se reflete no aumento da venda de

seus produtos e serviços, com seu reforço de imagem e com maior capacitação profissional da mão-de-obra local.

Tinoco (2001), defende que a responsabilidade social das empresas reside em gerar emprego e distribuir renda de forma mais equânime do que vem ocorrendo a todos os envolvidos em sua geração, beneficiando os excluídos do mercado de trabalho, sobretudo, em países onde o nível de desemprego é alto. Assim, os que argumentam contra as práticas sociais desenvolvidas pelas empresas entendem que o seu objetivo principal é gerenciar o uso de recursos, que são escassos, de modo a garantir a sua sustentabilidade e o retorno do capital dos acionistas. Enfim, se ela cumpre com sua missão, então, é socialmente responsável, se não, é socialmente irresponsável e tenderá a desaparecer.

Para Zylbersztajn (2000), com a adoção de práticas de responsabilidade social, mesmo que a empresa não obtenha ganhos econômicos, esta virá a se beneficiar com a elevação do seu capital reputacional e, a rigor, sem desalinhamento de interesses entre acionistas e demais partes interessadas.

Para Oliveira et al. (2006), a adoção de práticas de responsabilidade social transforma-se em elemento motivador do apoio da sociedade com relação à imagem positiva da empresa, em decorrência do reconhecimento do público, resultando em grandes benefícios, como o da legitimidade, da confiança e de credibilidade para a organização.

Para Ashley (2005), a responsabilidade social corporativa é a característica que melhor define o novo *ethos*. Em síntese, está se tornando hegemônica a visão de que os negócios devem ser feitos de forma ética, obedecendo a rigorosos valores morais, de acordo com comportamentos cada vez mais universalmente aceitos como apropriados. As atitudes e atividades de uma organização precisam, desse ponto de vista, caracterizar-se por:

- a) preocupação com atitudes éticas e moralmente corretas que afetam todos os públicos/ *stakeholders* envolvidos;
- b) promoção de valores e comportamentos morais que respeitem os padrões universais de direitos humanos e de cidadania e participação na sociedade;
- c) respeito ao meio ambiente e contribuição para sua sustentabilidade em todo o mundo;

- d) maior envolvimento nas comunidades em que insere a organização, contribuindo para o desenvolvimento econômico e humano dos indivíduos ou até atuando diretamente na área social, em parceria com governos ou isoladamente.

2.2 Responsabilidade Social X Filantropia

O conceito de responsabilidade socioambiental tem sido reduzido à responsabilidade corporativa, dificultando a identificação de padrões que permitam uma conceituação mais abrangente e precisa em torno do tema. Diante disso, para Mello et al. (2008), as definições encontradas estão relacionadas a diferentes proposições, tais como as contribuições sociais voluntárias e filantrópicas, o comportamento ético e socialmente responsável, responsabilidade legal, entre outras possibilidades. Dependendo do contexto, o conceito é aplicado de acordo com a vontade e a necessidade daquele que quer se colocar em evidência como socioambientalmente responsável.

A responsabilidade social, é o conjunto de ações socioambientais desenvolvidas por uma determinada empresa. Para Mello et al. (2008), estas ações visam a identificar e minimizar os possíveis impactos negativos resultantes de sua atuação, bem como desenvolver ações para construir uma imagem positiva, fortalecendo as condições favoráveis aos negócios da empresa.

Todas as ações que visem a promover a melhoria da qualidade de vida e da qualidade ambiental de forma conjunta e integrada às necessidades e expectativas humanas, como proteção ao meio ambiente, proteção social, saúde, educação, lazer, são ações que se caracterizam como transformadoras e, por isso, socialmente responsáveis.

Segundo Mello et al. (2008), uma das definições de responsabilidade social é a constituição de uma relação ética e transparente da organização com sua cadeia de relações – as quais, por sua vez, também são compostas de grupos de pessoas com seus valores, identidades e inter-relações – em direção ao desenvolvimento sustentável. A responsabilidade social pode se estabelecer por meio de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade e do planeta.

Reis (2007), descreve a responsabilidade social como um neologismo de forma a explicar as transformações ocorridas decorrentes do momento atual e das relações sociais. Essa tendência a um neologismo da responsabilidade social tem um destaque que acompanha os movimentos de modernização, bem como, em sua essência, se configura em uma real dificuldade de compreensão e de utilização. Esse antagonismo da responsabilidade social apresentado deve ser entendido através de uma multidimensão, sistematizadas em três perspectivas:

- a) envolve questões políticas e éticas;
- b) pode ser circunscrito a questões econômicas, envolvendo o comportamento dos agentes produtores e consumidores;
- c) o uso dos termos pode ser associado a questões sociais no âmbito das desigualdades.

Para Reis (2007), a responsabilidade social no Brasil tem especificidades próprias e pode ser interpretada levando em consideração um conjunto de possibilidades políticas, econômicas e sociais, refletindo sobre o estado mínimo e a liberdade de mercado.

Segundo Araujo (2004), a responsabilidade social abrange uma dimensão muito maior que a filantropia, e almeja o desenvolvimento da sociedade como um todo. Por outro lado, deve-se analisar os efeitos de ações comunitárias na imagem de uma organização, levando-se em conta de que se esse tipo de atividade pode ter algum tipo de impacto no consumo.

Ou seja, se para a economia da comunidade local é fundamental contar com a presença de grandes indústrias, empresas de comércio ou serviços, também é de grande relevância que as mesmas sejam parceiras sociais, e que contribuam para o desenvolvimento de projetos comunitários sem fins lucrativos. Os benefícios que uma empresa parceira e solidária pode adquirir, certamente, ajudarão no seu próprio crescimento e fortalecimento de um determinado produto ou marca.

Mcintosh et al (2001), também afirmam que uma organização que investe na área social agrega valor à sua imagem corporativa, transmitindo um posicionamento de transparência e ética, o que resulta em um reconhecimento público, que pode gerar um crescimento no mercado e motivação de seus funcionários.

De acordo com Schwartz (2002), uma ação filantrópica satisfaz uma necessidade imediata, apenas alimenta e satisfaz aparentemente a alma de quem doa, é pontual, termina na doação, não se propõe a apresentar um resultado contínuo e monitorável.

Empresários com bons rendimentos, e que estavam tendo sucesso em seus negócios, doavam parte dos ganhos das empresas para a comunidade, demonstrando, assim, solidariedade e benevolência para com o próximo. Este tipo de atitude e ação individual nada mais é do que a filantropia, pois é nisto que ela se baseia: em ações individuais, no assistencialismo, no auxílio aos menos favorecidos. (MELO NETO; FROES, 1999).

Segundo Melo Neto e Froes (1999), a responsabilidade social está ligada ao marketing social. Um exemplo desse tipo de atividade é o marketing da filantropia operacionalizado a partir de ações como a doação de equipamentos úteis para a comunidade como estratégia de promoção de produtos e marcas. Forma de ação são as campanhas sociais ou de solidariedade a jovens ou ainda aquelas focadas na valorização da cidadania ou contra a violência. O marketing social também acontece sob forma de patrocínios de projetos sociais que pode ser de terceiros ou próprios.

Melo Neto e Froes (1999), refere, ainda, que a empresa pode utilizar o marketing como base para suas ações sociais, orientando seus clientes tanto para o uso dos serviços sociais, como chamar a atenção para a promoção social do produto e da marca através de licenciamento do nome ou logomarca de uma entidade sem fins lucrativos. Assim, o apoio a causas sociais acaba sendo um fator de escolha por parte do consumidor, sensibilizado com tais causas.

Segundo Drucker (2001), o trabalho com causas comunitárias vai muito além da filantropia baseada em boas intenções. A administração deve observar o resultado social como mais uma meta a ser atingida pela organização, e, tais metas, devem ser alicerçadas em planejamentos sólidos, compromisso e competência. Por isso, as empresas precisam pensar em certas questões, como a escolha das causas a apoiar, avaliando seu impacto na sociedade.

Para Melo Neto e Froes (1999), a responsabilidade social busca estimular o desenvolvimento do cidadão e fomentar a cidadania individual e coletiva. Sua ética social é centrada no dever cívico, enquanto a filantropia tem no dever moral sua ética absoluta. As ações de responsabilidade social são extensivas a todos que

participam da vida em sociedade enquanto as ações de filantropia são restritas a empresários filantrópicos e abnegados. A filantropia objetiva contribuir para a sobrevivência de grupos sociais desfavorecidos. A responsabilidade social busca a sustentabilidade e a auto sustentabilidade de grandes e pequenas comunidades.

A responsabilidade social está na consciência social e no dever cívico. A ação de responsabilidade social é coletiva e não individual como é a filantropia. (MELO NETO; FROES, 1999). Algumas diferenças entre responsabilidade social e filantropia podem ser observadas no Quadro 1.

Quadro 1 - Diferença entre Filantropia e Responsabilidade Social

FILANTROPIA	RESPONSABILIDADE SOCIAL
Ação individual e voluntária.	Ação coletiva.
Fomento da caridade.	Fomento da cidadania.
Base assistencialista.	Base estratégica.
Restrita a empresários filantrópicos e abnegados.	Extensiva a todos.
Prescinde de gerenciamento.	Demanda gerenciamento.
Decisão individual.	Decisão consensual.

Fonte: Melo Neto e Froes (1999, p. 28).

2.3 Indicadores de Sustentabilidade

Os indicadores de responsabilidade social estão relacionados à avaliação da gestão das organizações e servem para o monitoramento da evolução das ações de responsabilidade social, além do planejamento e do acompanhamento de seu desempenho, conforme Bonatto (2007).

Capazes de redefinir poder e indicar novos caminhos, os indicadores facilitam o alcance de melhores práticas de governança em menor tempo e com menores custos e têm sido usados por crescente número de organizações dos mais variados setores.

Segundo Frey (2005), existem quatro tipos de indicadores de responsabilidade social no Brasil:

- a) *indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial*: instrumento de diagnóstico que permite identificar práticas de responsabilidade social e verificar seu investimento, impacto, imagem e sustentabilidade;
- b) *indicadores de Hopkins*: buscam avaliar o perfil de responsabilidade social nas empresas para efetuar auditoria social e contribuir para a criação de um ranking;
- c) *indicadores do balanço social do modelo Ibase* (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas): possibilita o acesso a informações de cada empresa e permite comparações, evidenciando o comportamento social da empresa em um determinado período e setor;
- d) *indicadores da Lei 11.440/00* (de 18 de janeiro de 2000): que criou o Certificado de Responsabilidade Social (RS) para as empresas estabelecidas no rio Grande do Sul e que queiram concorrer ao troféu.

A utilização de indicadores pode alcançar padronização de comportamentos de grupo e organizações de um setor, facilitando o aprendizado e o aprimoramento de suas estratégias socioambientais e de seus parceiros. Uma base de dados com a evolução da sustentabilidade no setor bancário, por exemplo, poderia contribuir para a excelência das próprias organizações e do público interessado (*stakeholders*) que incluem os tomadores de empréstimos, os fornecedores, as organizações governamentais e não governamentais.

A comunicação, o nível de transparência e o monitoramento das estratégias de responsabilidade corporativa podem ser aperfeiçoados ao longo do tempo, com a utilização de indicadores, os quais também devem ser constantemente aperfeiçoados. Mas, as avaliações por meio de indicadores, embora possam facilitar e aperfeiçoar a comunicação e a transparência do processo desempenhado pelas organizações nas questões de sustentabilidade, são intrinsecamente subjetivas, normativas e incompletas, como ressaltam Grosskurth e Rotmans (2007).

Para o Instituto Ethos, o Balanço Social é uma forma de dar transparência às atividades corporativas por meio de um levantamento dos principais indicadores de desempenho econômico, social e ambiental da empresa. (OLIVEIRA, 2008). Além disso, é um instrumento que amplia o diálogo com todos os públicos com os quais a empresa se relaciona: acionistas, consumidores e clientes, comunidade vizinha, funcionários, fornecedores, governo, organizações não-governamentais, mercado

financeiro e a sociedade em geral. Durante sua realização, o balanço social funciona também como uma ferramenta de auto avaliação, já que dá a empresa uma visão geral sobre sua gestão e o alinhamento de seus valores e objetivos presentes e futuros com seus resultados atuais.

O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), tem como objetivo espelhar o crescimento das organizações brasileiras em termos de responsabilidade social, além de promover e incentivar práticas de sustentabilidade ambiental no mercado brasileiro. Para o cálculo desse índice são considerados elementos ambientais, sociais e econômico financeiros, além dos grupos de indicadores que abrangem critérios sobre o produto e sobre governança corporativa. (CONCEIÇÃO, 2010).

Para a composição do ISE e para que a empresa seja aceita no conceito, são analisados conjuntos de critérios de políticas, gestão, desempenho e cumprimento legal, nas dimensões ambiental, social e econômico-financeira.

O *Dow Jones Sustainability Index World* (DJSIW) surgiu em 1999 e foi o primeiro índice de desempenho financeiro em nível global e ao qual algumas organizações brasileiras passaram a integrar, a partir de 2000. Conforme Conceição (2010), esse índice é atribuído às organizações percebidas pelos julgadores como mais capacitadas, em termos econômicos, responsabilidade socioambiental, transparência, governança corporativa, relações com investidores e qualidade de gestão. A divulgação de pertencimento ao DJSIW resulta em impactos positivos na imagem da empresa e em ganhos financeiros, dada a preferência dos investidores por estas instituições. Os critérios avaliados para uma organização pertencer a este índice são:

- a) atração e retenção de talentos;
- b) balanço ambiental;
- c) balanço social;
- d) cidadania corporativa/ filantropia;
- e) desenvolvimento de capital intelectual;
- f) educação corporativa;
- g) engajamento junto às partes interessadas;
- h) governança corporativa;
- i) gerenciamento de riscos e crises;
- j) indicadores laborais;

- k) padrões para fornecedores;
- l) planejamento estratégico;
- m) política de gestão ambiental;
- n) relacionamento com o cliente;
- o) relações com investidores;
- p) sistemas de mensuração/ balanced scorecard;
- q) solidez financeira.

O *Financial Times Sustainability – (FTSE4) Good Index Series – Financial Times Index Serie* avalia aspectos sobre investimentos responsáveis, sobre identificação de organizações ambiental e socialmente responsáveis, sobre níveis de evolução da responsabilidade corporativa e de melhores práticas em termos de riscos e impactos ambientais para a composição de uma cesta de produtos e formatação de fundos de investimentos. (CONCEIÇÃO, 2010).

Os índices são revistos anualmente e de forma independente pela *Ethical Investment Research Service* (EIRIS). Faz-se uma pesquisa em nível mundial que inclui acompanhamento regular das informações das organizações participantes, material publicitário e coleta de dados por meio de questionários. (CONCEIÇÃO, 2010).

Como um dos objetivos deste índice é verificar a transparência de informações, a ausência destas sinaliza a falta de responsabilidade corporativa. Os dados utilizados na pesquisa são disponibilizados às organizações e podem servir aos participantes como incentivo a maior responsabilidade socioambiental, a posicionamento e conseqüente capitalização de benefícios em termos de imagem reputacional, de melhores práticas de gestão ambiental, em eco eficiência, além de minimização de riscos socioambientais em suas carteiras.

3 RESPONSABILIDADE E SUSTENTABILIDADE NO SETOR FINANCEIRO

O conceito de sustentabilidade para o setor financeiro não se limita às iniciativas de eco eficiência nem deve ser confundido com atividades de cunho social desenvolvidas pelas instituições. Segundo Mattarozzi (2008), o conceito de sustentabilidade remete à necessidade das instituições de integrar a perspectiva sustentável à sua própria missão e às suas estratégias, passando então a adotar critérios socioambientais, além dos econômico-financeiros, nos processos de tomada de decisão no âmbito dos negócios. Além disso, implica analisar as empresas clientes de outro modo, considerando os eventuais impactos socioambientais causados por suas atividades e a qualidade de sua gestão nesse sentido.

Existe ainda, uma consciência crescente do papel da análise socioambiental em todas as estratégias do setor financeiro, inclusive na prevenção de riscos de reputação. As instituições financiadoras estão conscientes que também podem ter sua imagem comprometida quando vêm a público os impactos causados por empreendimentos com os quais estão envolvidas. De acordo com Mattarozzi (2008), este risco é mais acentuado nos países desenvolvidos, onde a sociedade já discute há mais tempo a responsabilidade do setor financeiro com o desenvolvimento sustentável. No Brasil, essa percepção está praticamente restrita ao universo dos maiores bancos, que já aderiram aos Princípios do Equador – conjunto de normas internacionais para o financiamento de projetos pautado por critérios socioambientais.

De acordo com Souza (2008), uma instituição financeira só começa a colher os benefícios de sua opção pela sustentabilidade quando esta opção se torna conhecida e passa a representar um diferencial competitivo. Além de visar o interesse social, quando uma instituição financeira decide ser sustentável está sendo também pragmática em relação aos seus próprios interesses empresariais. Ao adotar uma perspectiva socioambiental e critérios mais exigentes na concessão de empréstimos ou na venda de seguros, por exemplo, minimiza seus riscos. Ou seja, a opção pela sustentabilidade não é uma responsabilidade adicional que cria dificuldades para o sucesso empresarial, mas um fator de geração de valor.

Alguns bancos criaram uma área específica para elaborar estratégias de sustentabilidade nos negócios, outros optaram por comitês de responsabilidade socioambiental. Em algumas instituições, a sustentabilidade foi estabelecida como

uma política institucional, em outras, ela está presente basicamente na política de crédito, fornecendo subsídios para as demais áreas envolvidas, como os departamentos jurídico, de recursos humanos e outros.

O relatório do *Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC), Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas da Organização das Nações Unidas (ONU), que trata das alternativas para conter a escalada das alterações climáticas afirma que a sociedade já possui os instrumentos exigidos para controlar o aquecimento global, além de apontar o investimento necessário, as metas de redução das emissões de carbono na atmosfera e o que é possível fazer imediatamente. Segundo Veiga (2008), entre as medidas que recomenda, o IPCC estabelece que todos os setores da economia têm de agir em conjunto. Isso inclui, portanto, o setor financeiro, que se vê diante do desafio de minimizar os impactos decorrentes de suas atividades de intermediação financeira, oferecendo a seus clientes os meios de melhorarem sua gestão socioambiental e de se manterem competitivos em um mercado com crescentes exigências quanto à preservação do planeta.

Em 1995, foi elaborado no Brasil o Protocolo Verde, com a finalidade específica de promover a variável ambiental como critério na concessão de crédito e benefícios fiscais por parte dos bancos, órgãos e autarquias do governo federal. Em julho de 2008 foi criada uma nova versão, que estabelece princípios mais abrangentes e objetivos nas análises de risco de clientes e de projetos de investimento, bem como na gestão de recursos financeiros. Entre suas diretrizes, destaca-se a de oferecer financiamentos em condições diferenciadas de taxa e prazo para atividades e projetos que promovam o desenvolvimento sustentável. (MATTAROZZI, 2008).

Em 1999, a Bolsa de Valores de Nova York lançou o *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI), primeiro índice global de ações das empresas consideradas sustentáveis segundo critérios financeiros, sociais e ambientais.

Em junho de 2003, dez grandes bancos mundiais lançaram os Princípios do Equador. Os Princípios, baseados em políticas e normas socioambientais do Banco Mundial e de seu braço de investimentos privados, a International Finance Corporation (IFC), destinam-se a implementar a avaliação de riscos sociais e ambientais associados ao financiamento de projetos. Ao aderir voluntariamente aos Princípios do Equador, os bancos comprometem-se a aplicá-los mundialmente nos

financiamentos de projetos de todos os setores de atividades, incluindo mineração, petróleo, gás e exploração florestal.

A Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), em 2005, deu um passo relevante na incorporação da sustentabilidade no ambiente de negócios ao lançar o ISE, que teve no DJSI da Bolsa de Nova York uma de suas referências. O ISE tem por objetivo refletir o retorno de uma carteira composta de ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade, além de atuar como promotor das boas práticas no meio empresarial brasileiro. As empresas são avaliadas segundo critérios econômico-financeiros, sociais, ambientais, de governança corporativa e de natureza do produto, os quais devem ser revisados anualmente para acompanhar as demandas da sociedade.

O avanço da sustentabilidade na indústria financeira envolve várias ações e etapas. Esse processo se inicia pela incorporação do conceito à missão e à estratégia de negócios das instituições – o que requer a implantação de políticas robustas – e prossegue com a definição de setores de atividades com os quais elas desejam atuar e o desenvolvimento de produtos com foco socioambiental.

Segundo Mattarozzi (2008), as instituições que já aderiram a iniciativas como os Princípios do Equador ou que criaram outros instrumentos destinados a incentivar práticas sustentáveis não visaram unicamente a vantagens competitivas. Antes de tudo, foi por procurar compartilhar da consciência sobre os riscos socioambientais que ameaçam o futuro do planeta, que as instituições aceitaram o desafio de buscar soluções para o desenvolvimento sustentável em suas áreas de influência.

Ao assumir uma postura sustentável, a instituição financeira já deve ter definidos, ao mesmo tempo, os desdobramentos comerciais que surgirão adiante: os produtos que poderá lançar, com que tipo de cliente deixará de operar, com quais pretende ampliar negócios, e outras variáveis das quais dependerão seus lucros.

3.1 Práticas de Sustentabilidade

Pode-se avaliar o grau de comprometimento de uma instituição financeira com a sustentabilidade pela abrangência, complexidade e detalhamento de suas políticas voltadas para esse fim. Segundo Mattarozzi (2008), criar políticas, tendo em vista seus desdobramentos comerciais mais adiante, é essencial para as práticas sustentáveis na instituição. Além de servir à conscientização dos funcionários para a

relevância do tema da sustentabilidade dentro da organização, reflete também a interação entre esta e as demandas da sociedade e de seus clientes.

Nos bancos, os indicadores socioambientais podem funcionar como mecanismos para harmonizar padrões e estabelecer normas e políticas de acordo com a legislação, com a governança corporativa, além de diminuir a vulnerabilidade desses bancos nos projetos que financiam. (CONCEIÇÃO, 2010). Fazem parte desses mecanismos, a expertise na contabilidade ambiental que mensura adequadamente provisões, contingências e passivos ambientais no balanço social; o monitoramento da implantação e operação dos empreendimentos explicitado em índices ou indicadores para acompanhamento das metas, o cumprimento das exigências legais e as análises dos riscos potenciais apresentados pelos empreendimentos.

As políticas variam de uma instituição para outra, e nessa diversidade reside, entre outros elementos, o diferencial competitivo de cada uma. Esses diferenciais, não são uma opção de marketing, embora eventualmente possam também se refletir nesse sentido. Ao lado de alguns aspectos comuns presentes na maioria das políticas em questão – como aqueles relacionados ao compromisso da instituição com acordos voluntários internacionais como os Princípios do Equador e os (PRI), *Principles for Responsible Investing* (PRI), Princípios para o Investimento Responsável -, cada instituição tende a estabelecer critérios próprios, uma vez que estes dependerão de diversas características da organização, como porte, perfil de clientes e segmentos de atuação.

Alguns bancos brasileiros, suas subsidiárias e fundações também passaram a apresentar, como exemplos de responsabilidade e sustentabilidade, ações relacionadas à educação ambiental, ao desenvolvimento de arranjos produtivos locais, à preservação e recuperação ambiental de logradouros, dentre alternativas como reformas e melhoria do patrimônio histórico cultural, aumento da capacitação de pessoas e estímulo ao trabalho voluntário para serviços à comunidade. E, segundo Conceição (2010), desde 2001, bancos brasileiros vêm lançando produtos ditos como, socialmente responsáveis, como é o caso dos fundos de investimentos, cujas taxas de administração têm sido destinadas a projetos sociais.

Segundo Mattarozzi (2008), uma vez que um banco passa a incorporar a variável socioambiental nas decisões de crédito, abre-se um universo de comunicação muito amplo entre ele e o cliente. A avaliação puramente econômico-

financeira contempla apenas a capacidade de pagamento do tomador de recursos. Já a análise de crédito, que também inclui a avaliação socioambiental – pautada por ferramentas específicas e pelo acompanhamento posterior das atividades da empresa -, permite ao banco, além de aperfeiçoar sua gestão de risco, conhecer melhor seu cliente e, portanto, antecipar-se às suas necessidades.

As políticas socioambientais têm, segundo Mattarozzi (2008), reflexos muito amplos no relacionamento da instituição com seu público, desdobrando-se por todas as operações. Assim como favorecem o contato com os clientes e a geração de novos produtos, as políticas de crédito também devem prever que os contratos incluam penalidades em casos de descumprimento de obrigações socioambientais por parte das empresas financiadas.

A adoção de critérios de gerenciamento de risco por alguns bancos pode resultar em maior facilidade na concessão de crédito à organizações que sinalizam adequadas práticas de gestão ambiental, ao mesmo tempo em que podem negar financiamentos àquelas suspeitas de utilização de mão-de-obra infantil, entre outros crimes. Embora algumas dessas ações estejam amparadas legalmente, alguns bancos brasileiros as consideram como prática de responsabilidade socioambiental ou corporativa. (TEIXEIRA, 2013).

As políticas socioambientais representam um passo além com respeito à sustentabilidade, pois permitem às instituições financeiras uma gestão ainda melhor de riscos por meio da definição de critérios de relacionamento com clientes. Nem todas as instituições, porém, têm políticas definidas para cada setor da economia. Cada instituição tende a elaborar políticas de acordo com suas características e interesses, tais como porte, regiões e países onde atua e perfil de clientes. (WANJBERG, 2007).

As políticas setoriais também refletem as orientações das instituições em relação ao futuro, definindo laços comerciais que pretendem fortalecer, restringir ou romper. Instituições que possuem em sua missão o foco no combate às alterações climáticas, por exemplo, procurarão aumentar seu relacionamento com clientes de setores que contribuam para reduzir a emissão de gases de efeito estufa e restringir negócios no âmbito dos grandes emissores de carbono.

3.2 Acordos e Princípios

Em nível global, acordos e pactos têm sido feitos como forma de universalizar procedimentos éticos e socioambientais adequados, junto às instituições financeiras, as quais são consideradas importantes agentes da economia. Essas, ao administrar fluxos financeiros e influenciar níveis de desenvolvimento econômico, social e ambiental no mundo como um todo, influenciam e são influenciadas pelo desempenho de suas parceiras.

Devido a vulnerabilidade e a interdependência existente entre as instituições financeiras como um todo, foi adotada, em nível mundial, a partir de 1988, normatização e procedimentos bancários propostos pelo Acordo de Basiléia I, cujo objetivo foi fortalecer a solidez e a estabilidade do sistema bancário, por meio da recomendação para os bancos constituírem um capital mínimo, de forma a minimizar riscos de insolvência das instituições bancárias (FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS (FEBRABAN), 2010).

A adoção dos acordos de Basiléia I e, posteriormente sua revisão, o Acordo de Basiléia II, buscou tornar mais robusto o mercado financeiro brasileiro, visto que a adequação aos padrões internacionais diminuiu a vulnerabilidade e em consequência atraiu grandes investidores devido ao maior nível de governança corporativa.

O Novo Acordo sugere que uma maior proximidade à supervisão bancária, com um amplo menu de métodos, aliado a uma maior transparência requerida das instituições financeiras, são formas de controle de riscos significativamente eficientes para evitar o risco sistêmico.

Segundo Neto e Ribeiro (2006), o Novo Acordo de Capital está amparado em três pilares quais sejam:

- a) exigência de capital mínimo: a partir de medidores de risco de mercado, risco de crédito e risco operacional;
- b) processo de revisão e supervisão: os supervisores são responsáveis por avaliar a adequação do capital econômico aos riscos incorridos pelos bancos; sob a ótica das instituições financeiras, significa a adoção de práticas de gerenciamento com ampla aceitação e utilização pelos participantes do mercado;

- c) disciplina de mercado: preconiza a divulgação de informações sobre os riscos e gestão por parte dos participantes do sistema bancário.

A partir de 1994, o Banco Central do Brasil instituiu as regras do Acordo de Basiléia I no mercado brasileiro, sendo inicialmente exigido dos bancos o índice de 8% do capital sobre os ativos ponderados pelos riscos, elevado, posteriormente, para 11%.

Mesmo não sendo exigida explicitamente pelo Comitê da Basiléia, há consenso geral dos participantes sobre a utilização de elevados padrões éticos e profissionais em termos de políticas, práticas e procedimentos de investimentos pelos bancos. Assim, os acordos de Basiléia atuam como proteção de estabilidade financeira em nível nacional e internacional ao disciplinar o enquadramento dos financiamentos e a alavancagem dos bancos.

Na Rio-92, entre os vários acordos e compromissos assinados pela comunidade internacional, foram aprovadas medidas legais para proteção ambiental junto à comunidade financeira.

O Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), promoveu nessa época, a Iniciativa Financeira para o Desenvolvimento Sustentável, com base na Declaração Internacional das Instituições Financeiras sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável, cujo objetivo era quantificar riscos nas avaliações e gestões de crédito. (MARCONDES, 2010).

Posteriormente, em 1995, foi instituído o Protocolo Verde, cuja primeira edição foi uma espécie de carta de intenções dos bancos públicos para incorporar normas e avaliação de custos ambientais em projetos. Mais tarde, foram incluídas normas sobre seguro contra riscos ambientais e criada a Comissão de Risco Ambiental no Ministério do Meio Ambiente e Amazônia Legal (MMA).

Somente bancos públicos tornaram-se signatários do Protocolo Verde em 1995, mas, em 2009, os bancos privados Bradesco, Itaú Unibanco, Cacique, Citibank, HSBC, Safra e Santander Brasil-Real, resolveram aderir a esse Protocolo, por intermédio da Febraban. Essa adesão reforçou publicamente o compromisso do setor bancário com a concessão de financiamentos apenas a organizações e projetos comprometidos com a sustentabilidade.

O Pacto Global das Nações Unidas (*Global Compact*) foi lançado em 2000, pela ONU. O objetivo foi a busca de uma economia mais sustentável e inclusiva.

Podem participar do Pacto Global organizações e outras entidades que se interessem pela promoção de princípios baseados na Conferência Rio-92, cujos princípios englobam direitos humanos e do trabalho, proteção ambiental e anticorrupção. (CONCEIÇÃO, 2010).

No final de 2009, 351 organizações já participavam do Pacto Global, sendo 14 do ramo financeiro. Entre essas estão os bancos do Brasil, Itaú Unibanco e Caixa Econômica Federal que aderiram a este Pacto em 2003, e Bradesco e Santander Brasil em 2006.

Em 2002, representantes de entidades filiadas à BankTrack, rede internacional de ONGs que acompanha a indústria financeira com relação a temas socioambientais, reuniram-se em Collevocchio, Roma. Como resultado dos debates que aconteceram neste pequeno vilarejo italiano, em janeiro de 2003, foi endossada por mais de 200 organizações da sociedade civil a Declaração de Collevocchio, apresentada durante o Fórum Econômico Mundial, em Davos (Suíça). O documento delinea o papel que o setor financeiro tem em promover a sustentabilidade, convocando-o a trabalhar temas como impactos, responsabilidade, transparência, prestação de contas e governança corporativa. (FEBRABAN, 2010).

Conforme a Febraban (2010), a Declaração de Collevocchio conta com seis compromissos com os quais os bancos devem se basear para se tornarem entidades sustentáveis:

- a) compromisso com a sustentabilidade: avaliar impactos sociais e ambientais, aperfeiçoar continuamente impactos de suas carteiras, fomentar a sustentabilidade e implementar treinamentos;
- b) compromisso de *não causar dano*: definir procedimentos e padrões para a sustentabilidade;
- c) compromisso com a responsabilidade: assumir total responsabilidade pelos impactos dos negócios e reconhecer o seu papel na crise de dívida dos países em desenvolvimento;
- d) compromisso com a prestação de contas: tomar medidas sustentáveis depois de consulta pública e criar regulamentações que visam aumento dos direitos das partes interessadas;
- e) compromisso com a transparência: publicar o relatório de sustentabilidade empresarial;

- f) compromisso com a sustentabilidade dos mercados e da governança: reconhecer políticas públicas e regulamentações e coibir práticas financeiras inapropriadas.

O surgimento dos Princípios do Equador está fortemente correlacionado com a atuação do Banco Mundial e da IFC - *International Finance Corporation*, seu braço financeiro. O Banco Mundial tem a participação de cerca de 180 países. Possui cinco unidades autônomas, entre elas a IFC, maior fonte unilateral de financiamento de projetos do setor privado no mundo e cujo objetivo maior é a melhoria da qualidade de vida nos países membros. Normalmente, atua em conjunto com outros investidores ou como intermediária em sindicalizações. Presta consultoria aos governos, visando estimular o fluxo de poupança interna e externa, via investimentos e contempla projetos técnica e economicamente viáveis, com boa perspectiva de fluxo de caixa e que beneficiem a comunidade local. (CAVALCANTI; MISUMI, 2002).

A ideia de criar diretrizes para o crédito ambiental e socialmente adequado, foi lançada em outubro de 2002, em encontro entre o Banco Mundial, a IFC e diversos bancos. Em consequência, foi criado um padrão de referência visando o tratamento de riscos sociais e ambientais para projetos de investimento de grande porte (*project finance*). Em 4 de junho de 2003, os Princípios do Equador passaram a vigorar, como resultado desse processo.

Posteriormente, em junho de 2006, esse documento foi revisado e aperfeiçoado pela comunidade financeira e tem sido adotado por grandes instituições, tornando-se alvo prioritário para disciplinamento de financiamento de projetos em vários países.

Os princípios são de caráter voluntário, constituindo um instrumento útil para que os bancos possam desenvolver estratégias competitivas e práticas de gestão para uso interno, nas operações de crédito, de forma a reduzir o risco socioambiental de suas operações, contribuir para melhor qualidade do crédito e para o desenvolvimento sustentável. Segundo a Associação dos Princípios do Equador (2013), os princípios baseiam-se conforme abaixo:

- Princípio 1: Análise e Categorização:

Ao receber um pedido de financiamento, a Instituição Financeira (IF), fará a sua categorização com base na magnitude de seus riscos e impactos socioambientais potenciais. As categorias são:

- a) categoria A: Projetos com potencial de risco e/ou impactos socioambientais adversos significativos e que sejam múltiplos, irreversíveis ou sem precedentes;
- b) categoria B – Projetos com potencial de riscos e/ou impactos socioambientais adversos limitados, em número reduzido, geralmente locais, amplamente reversíveis e prontamente controláveis por meio de medidas mitigatórias;
- c) categoria C – Projetos sem riscos e/ou impactos socioambientais adversos ou com riscos e/ou impactos socioambientais mínimos.

- Princípio 2: Avaliação Socioambiental:

A IF requererá, para todos os projetos das categorias A e B, que o cliente realize uma avaliação, que seja satisfatória, dos riscos e impactos socioambientais pertinentes. A documentação de avaliação deve propor medidas para minimizar, mitigar e compensar impactos negativos de modo pertinente e compatível com a natureza e a escala do projeto proposto.

- Princípio 3: Padrões Socioambientais Aplicáveis:

O processo de avaliação deve verificar a conformidade do projeto com a lei, as regulamentações e licenças pertinentes do país anfitrião no âmbito socioambiental.

As IF operam em diversos mercados: alguns com governança socioambiental, estruturas jurídicas e capacidade institucional robustas que visam a proteger a população e o meio ambiente; e alguns com capacidade institucional e técnica de gerenciar as questões socioambientais em evolução. A IF requererá que o processo de avaliação verifique a conformidade com determinados padrões, indicados a seguir:

- a) o processo de Avaliação de Projetos, localizados em Países Não-Designados, verificará a conformidade com os Padrões de Desempenho de Sustentabilidade Socioambiental da IF aplicáveis ao caso e com as Diretrizes de Meio Ambiente, Saúde e Segurança do Grupo Banco Mundial;
- b) o processo de Avaliação de Projetos, localizados em Países Designados, verificará a conformidade com a lei, regulamentações e licenças pertinentes do país anfitrião no âmbito socioambiental. A legislação do país anfitrião atende aos requisitos de avaliação ambiental e/ou social (Princípio 2) sistemas e planos de gestão (Princípio 4), Engajamento de Partes Interessadas (Princípio 5) e mecanismos de reclamação (Princípio 6).

O processo de avaliação determinará, de modo satisfatório à IF, a conformidade geral do projeto com os padrões aplicáveis, ou um desvio justificável da conformidade. Os padrões aplicáveis, correspondem aos padrões mínimos adotados pela IF, que pode aplicar requisitos adicionais, a seu exclusivo critério.

- Princípio 4: Sistema de Gestão Ambiental e Social e Plano de Ação dos Princípios do Equador:

Para todos os projetos da Categoria A e B, a IF solicitará que o cliente desenvolva ou mantenha um Sistema de Gestão Ambiental e Social. O cliente também deverá elaborar um Plano de Gestão Socioambiental para lidar com questões surgidas durante o processo de avaliação e para incorporar ações requisitadas para que o projeto esteja em conformidade com os padrões aplicáveis.

- Princípio 5: Engajamento de Partes Interessadas:

Para todos os projetos das Categorias A e B, a IF exigirá que o cliente demonstre o Engajamento efetivo de partes interessadas, como um processo contínuo, estruturado e culturalmente apropriado, junto às comunidades afetadas e, quando pertinente, junto a outras partes interessadas.

- Princípio 6: Mecanismo de Reclamação:

Para todos os projetos da Categoria A e, quando apropriado, para projetos da Categoria B, a IF requererá que o cliente crie um mecanismo de reclamação para receber comentários e queixas quanto ao desempenho socioambiental do projeto e facilitar a busca de soluções para tais demandas.

- Princípio 7: Análise Independente:

Para todos os projetos da Categoria A e, quando apropriado, para projetos da Categoria B, um Consultor Socioambiental Independente, que não esteja diretamente associado ao cliente, realizará uma Análise Independente da Documentação de Avaliação.

- Princípio 8: Obrigações Contratuais:

Em todos os projetos, o cliente se comprometerá, por meio dos instrumentos contratuais de financiamento, a atuar em conformidade à leis, regulamentações e licenças socioambientais pertinentes do país anfitrião em todos os aspectos relevantes.

- Princípio 9: Monitoramento Independente e Divulgação de Informações:

Para projetos em que é requerida uma Análise Independente, a IF solicitará que seja contratado um Consultor Socioambiental Independente após o Fechamento da Operação Financeira, ou que o cliente mantenha especialistas externos qualificados e experientes para verificar as informações de monitoramento que serão compartilhadas com a IF.

- Princípio 10: Divulgação de Informações e Transparência:

A IF divulgará publicamente, ao menos uma vez ao ano, sobre as transações que chegaram ao Fechamento da Operação Financeira, bem como sobre seus processos e a experiência adquirida na implementação dos Princípios do Equador, levando em conta considerações de confidencialidade apropriadas.

Esses dez princípios da Carta são de adesão voluntária e não geram direitos nem punições, no caso de não serem cumpridos pelos signatários. Pretendeu-se com a instituição dos Princípios do Equador, evitar problemas ambientais e ao mesmo tempo respeitar os direitos das pessoas em suas comunidades, reforçando assim o compromisso com o exercício das finanças sustentáveis.

4 BANCO BRADESCO

Em 10 de março de 1943, na cidade de Marília, interior do Estado de São Paulo, nasceu o Bradesco, então batizado com o nome de Banco Brasileiro de Descontos S.A. Seus fundadores foram os donos da Casa Bancária Almeida & Companhia, que existia desde 1934 e operava como importante correspondente do Banco do Brasil. O capital era de modestos 10 milhões de cruzeiros, o que correspondia à mesma quantia que o Bradesco, anos depois, pagou pelo prédio de oito andares onde abriu sua Agência na cidade de São Paulo. (BRADESCO, 2015a).

A estratégia inicial do Bradesco era atender aos imigrantes, lavradores e pequenos comerciantes, além do público tradicional das casas bancárias, formado por empresários e grandes proprietários de terras. Em 1951, o Bradesco assumiu a liderança entre os bancos privados no Brasil, com seguidos recordes de depósito. Durante a década, construiu e inaugurou a sua sede, em uma área de 215 mil m² chamada de *Cidade de Deus*, em referência à obra literária de Santo Agostinho. No ano de 1957, a matriz do Bradesco foi transferida para a Cidade de Deus.

Na década de 70, o Bradesco ampliou a sua presença, inaugurou a agência de número 1000, e chegou ao final da década com mais de 1 milhão de acionistas e 9 escolas da Fundação Bradesco, e com 17 bancos incorporados no Brasil.

A partir do ano de 2000, o Bradesco segmentou o atendimento e consolidou suas ações socioambientais:

- a) com a inauguração da 39ª escola em Roraima, a Fundação Bradesco chegou a todos os Estados do País;
- b) o Bradesco aderiu aos Princípios do Equador e ao Pacto Global;
- c) lançou o Banco do Planeta, conceito que define um novo posicionamento para as ações socioambientais da Organização;
- d) inaugurou o prédio do novo Centro de Tecnologia da Informação do banco. Localizado na Matriz, Cidade de Deus, em Osasco, possui cerca de 10 mil m² de área construída;
- e) em 2001, o Bradesco estreou suas ações no pregão da Bolsa de Nova York (NYSE). Assim, os papéis passaram a ser negociados em 3 moedas: real, euro e dólar;

- f) durante a década, o Bradesco implantou a segmentação no atendimento aos seus clientes pessoa física e jurídica. As ações do banco passaram a integrar o ISE, da Bovespa, e o Índice Down Jones de Sustentabilidade;
- g) em 2003, o Bradesco criou uma nova tradição, com a primeira edição do Dia Nacional de Ação Voluntária;
- h) em 2006, o Bradesco e a Fundação Bradesco lançaram o projeto Educa+Ação para integrar a iniciativa privada e o setor público municipal, no mesmo ano em que a Fundação Bradesco completa 50 anos de existência;
- i) em parceria com o Governo do Amazonas, O Bradesco tornou-se cofundador da Fundação Amazonas Sustentável (FAS), entidade sem fins lucrativos criada para preservar a Floresta Amazônica e contribuir para o seu desenvolvimento sustentável.

Em 2011, com mais de 44 mil pontos de atendimento, 55 milhões de clientes, sendo 24 milhões de correntistas, o Bradesco foi apontado como a 6ª marca mais valiosa de bancos do mundo, em levantamento feito pela consultoria *Brand Finance* em parceria com a revista inglesa *The Banker*. (BRADESCO, 2012).

4.1 Caracterização do Banco Bradesco

Atualmente, o Bradesco tem 71 anos de experiência consolidada no setor financeiro. (BRADESCO, 2015a). É um dos maiores bancos no Brasil em termos de total de ativos:

- a) R\$ 1 trilhão;
- b) 67,8 milhões de clientes;
- c) mais de 359 mil acionistas;
- d) mais de 74 mil pontos de atendimentos;
- e) mais de R\$ 13 bilhões de prêmios de seguros;
- f) mais de R\$ 463 bilhões na carteira de crédito expandida.

Tabela 1 – Sistema Financeiro Brasileiro

	Mar/15	Total de Ativos	Patrimônio Líquido	Bis III
1	Banco do Brasil	1.523.666	83.598	16,0%
2	Itaú Unibanco	1.294.613	96.954	15,3%
3	Caixa Econômica Federal	1.078.428	62.338	14,6%
4	Bradesco	1.034.815	83.937	15,2%
5	Santander	612.291	57.403	16,0%
6	BTG Pactual	224.089	19.215	16,7%
7	HSBC	167.708	9.732	13,1%
8	Safra	154.347	9.070	13,3%
9	Banrisul	61.357	5.742	17,0%
10	Citibank	60.861	6.707	14,7%

Fonte: Banco Central do Brasil, (2015).

Os traços da marca corporativa da Organização formam o tronco e a copa de uma árvore, símbolo de vida, crescimento, abrigo e suporte, traduzindo a parceria histórica entre o Bradesco e seus públicos.

Figura 1 – Marca Bradesco



Fonte: Bradesco (2015a).

A empresa tem como Missão: Fornecer soluções, produtos e serviços financeiros e de seguros com agilidade e competência por meio da inclusão bancária e da promoção da mobilidade social, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e a construção de relacionamentos duradouros para a criação de valor aos acionistas e a toda a sociedade.

Sua Visão é: Ser reconhecida como a melhor e mais eficiente instituição financeira do País e pela atuação em favor da inclusão bancária e do desenvolvimento sustentável.

Tem como seus Principais Valores:

- a) cliente como razão de ser da Organização;
- b) transparência em todos os relacionamentos, internos e externos;
- c) respeito à concorrência;
- d) crença no valor e na capacidade de desenvolvimento das pessoas;
- e) respeito à dignidade e diversidade do ser humano;
- f) responsabilidade socioambiental, com promoção e incentivo a ações para o desenvolvimento sustentável;
- g) compromisso com a melhoria contínua da qualidade do atendimento, dos produtos e serviços.

Dentre seus princípios profissionais estão:

- a) agir com integridade, respeitando as leis do país e as normas que regem as atividades do setor e da organização;
- b) respeitar a igualdade de direito das pessoas, preservando a individualidade e privacidade, não admitindo a prática de quaisquer atos discriminatórios;
- c) manter comprometimento com o sigilo das informações que são confiadas, respeitando-as de modo a garantir sua integridade e confidencialidade, e, quando a situação requerer, disponibilizá-las de maneira precisa e completa;
- d) exercer liderança responsável, promovendo o relacionamento entre os diversos níveis hierárquicos da organização em uma atmosfera adequada ao exercício de atribuições e ao desenvolvimento profissional e pessoal, propiciando ambiente saudável, com liberdade de expressão, na busca da melhoria dos resultados organizacionais;
- e) recusar vantagens que possam representar relacionamento impróprio ou prejuízo financeiro ou de reputação para a organização;
- f) cooperar para que os relacionamentos construtivos com clientes, acionistas e investidores, fornecedores de produtos e serviços e parceiros de negócios, órgãos governamentais e reguladores, imprensa, comunidades e associações e entidades de classe sejam pautados pela conduta ética, transparência e confiança;

- g) ter o compromisso de praticar, incentivar e valorizar a preservação ambiental, buscando convergir os objetivos empresariais aos anseios da comunidade em que atuamos;
- h) apoiar e fomentar iniciativas para a formação e valorização da cidadania, a erradicação da pobreza e a redução das desigualdades sociais.

O Grupo Bradesco atua nas principais áreas do segmento financeiro, com empresas que se destacam por seu desempenho e resultados. (BRADESCO, 2015a). As principais empresas que compõem o Grupo Bradesco são:

- a) Banco Bradesco S.A;
- b) Bradesco Vida e Previdência;
- c) Bradesco Saúde;
- d) Bradesco Capitalização S.A;
- e) Bradesco Auto/RE;
- f) Bradesco Leasing;
- g) Bradesco Consórcios;
- h) Bradesco Financiamentos S.A;
- i) Bradesco BBI S.A;
- j) BRAM Bradesco Asset Management S.A;
- k) Bradesco Corretora S.A;
- l) Bradesco Promotora;
- m) Ágora Corretora de Títulos e Valores Mobiliários.

O conglomerado conta ainda com outras 18 companhias.

Os indicadores da Tabela 2, mostram que o lucro da Organização cresceu ao longo dos últimos anos, bem como o valor de mercado da marca, em decorrência da performance que o banco tem realizado durante o período.

O Patrimônio Líquido totalizou R\$ 81.508 milhões em dezembro de 2014, onde apresentou um crescimento de 14,9% em relação ao saldo de dezembro de 2013. O Lucro Líquido ajustado do exercício de 2014 foi de R\$ 15.359 milhões (variação de 25,9% em relação ao Lucro Líquido ajustado de R\$ 12.202 milhões no mesmo período de 2013), correspondendo a R\$ 3,66 por ação e rentabilidade de R\$ 20,1% sobre o Patrimônio Líquido Médio Ajustado.

Tabela 2 – Principais Indicadores Bradesco

INDICADOR	2011	2012	2013	2014
Demonstração do resultado do período - R\$ milhões				
Lucro líquido contábil	11.028	11.381	12.011	15.089
Lucro líquido ajustado	11.198	11.523	12.202	15.359
Margem financeira total	39.321	43.793	43.286	48.295
-Juros	37.670	42.021	42.686	47.806
-Não juros	1.651	1.772	600	489
Margem financeira de crédito bruta	26.818	29.530	30.691	32.380
Margem financeira de crédito líquida	16.581	16.516	18.646	19.723
Desp c/ provisão p/ devedores duvidosos	(10.237)	(13.014)	(12.045)	(12.657)
Receitas de prestação de serviços	15.223	17.512	19.786	22.089
Despesas administrativas e de pessoal	(24.467)	(26.348)	(27.573)	(28.815)
Prêmios emitidos seguros, previdência e cap.	37.636	44.308	49.752	56.152
Balanco patrimonial – R\$ milhões				
Total de ativos	761.533	879.092	908.139	1.032.040
Títulos e valores mobiliários	265.723	315.487	313.327	346.358
Operações de crédito	345.724	385.529	427.273	455.127
-Pessoa física	108.671	117.540	130.750	141.432
-Pessoa jurídica	237.053	267.989	296.523	313.695
Provisão para devedores duvidosos (PDD)	(19.540)	(21.299)	(21.687)	(23.146)
Depósitos totais	217.424	211.858	218.063	211.612
Provisões técnicas	103.653	124.217	136.229	153.267
Patrimônio Líquido	55.582	70.047	70.940	81.508
Recursos captados e administrados	1.019.790	1.225.228	1.260.056	1.426.099
Indicadores de desempenho (%) sobre o lucro líquido				
Lucro líquido ajustado por ação – R\$	2,67	2,74	2,91	3,66
Valor patrimonial por ação (ON e PN) – R\$	13,23	16,68	16,90	19,43
Retorno sobre PL médio	21,3	19,2	18,0	20,1
Índice de imobilização – consolidado total	21,0	16,9	15,2	13,2
Índice de Eficiência Operacional (IEO)	43,0	41,5	42,1	39,2
Índice de Basileia – total	15,1	16,1	16,6	16,5
Valor de mercado – R\$ milhões	106.971	131.908	128.085	145.536

Fonte: Bradesco (2015b).

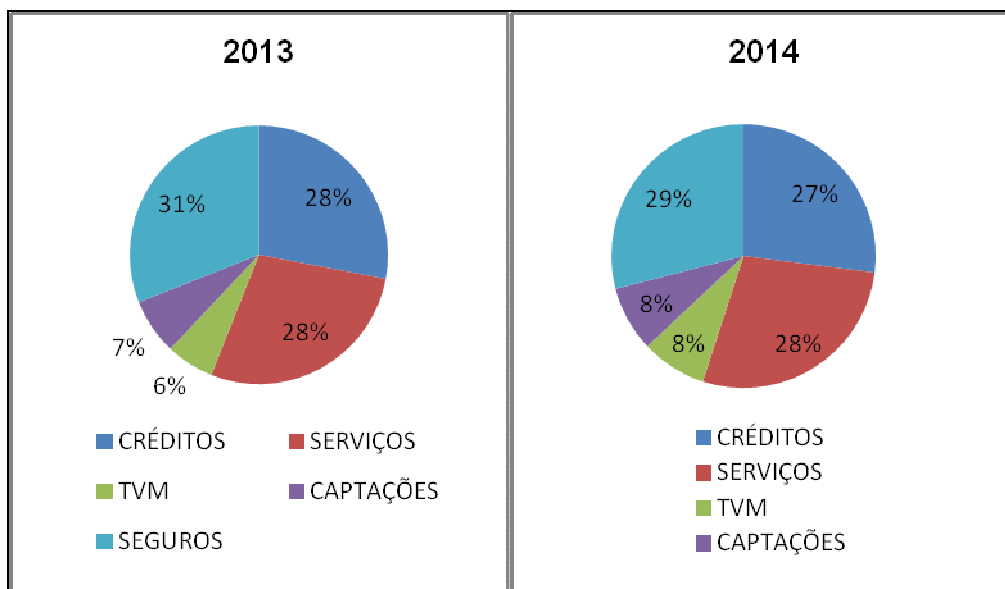
Os ativos totais alcançaram R\$ 1,032 trilhão em dezembro de 2014, apresentando uma evolução de 13,6% em relação a dezembro de 2013, ocasionada pelo volume de negócios.

O Índice de Basileia Total apresentou pequena queda em relação ao ano anterior, passando de 16,6% em dezembro de 2013 para 16,5% em dezembro de 2014, impactado basicamente: (i) pela aplicação do fator de 20% dos ajustes prudenciais, conforme definido na Resolução nº 4.192/13 do CMN; (ii) pelo aumento na ponderação de ativos de risco, principalmente do risco de crédito, ocasionado pela expansão da carteira; compensados, em parte; (iii) pelo aumento do Patrimônio Líquido, em virtude do incremento do resultado do ano.

A margem financeira no exercício de 2014 atingiu R\$ 48.295 milhões, apresentando evolução de R\$ 5.009 milhões, reflexo, basicamente: (i) do crescimento no resultado das operações que rendem “juros”, no valor de R\$ 5.120 milhões, decorrente do incremento no volume de negócios, com destaque para “crédito” e “captações”; e compensada: (ii) pela redução na margem de “não juros”, no valor de R\$ 111 milhões.

No Gráfico 1, pode-se verificar às operações que compuseram os resultados da Organização, as quais se mantiveram praticamente estáveis.

Gráfico 1 – Origem do Resultado



Fonte: Bradesco (2015b).

No exercício de 2014, a despesa de provisão para devedores duvidosos registrou R\$ 12.657 milhões, apresentando uma variação de 5,1%, mesmo considerando o crescimento de R\$ 7,3% das operações de crédito, resultado do comportamento estável do nível de inadimplência nos últimos 12 meses.

As receitas de prestação de serviços totalizaram R\$ 22.089 milhões em 2014, com evolução de R\$ 2.303 milhões, que foi proporcionada principalmente, pelo: (i) aumento do volume de operações, decorrente de contínuos investimentos nos canais de atendimento e em tecnologia; e (ii) avanço do processo de segmentação de clientes, para uma melhor oferta de produtos e serviços. As receitas que mais contribuíram com esse resultado foram decorrentes: (i) da boa *performance* da atividade de cartões, resultado do (a) aumento do faturamento, (b) aumento da base de cartões de crédito e débito e (c) do maior volume de transações realizadas; (ii) do crescimento das receitas de conta corrente, ocasionado pelo incremento dos negócios; (iii) das maiores receitas com operações de crédito; e do crescimento das receitas com: (iv) administração de consórcios; (v) administração de fundos; e (vi) cobrança. (BRADESCO, 2015b).

4.2 Evolução dos Investimentos Socioambientais

O Bradesco, conhecido como o banco do planeta, atuou de forma permanente com foco na sustentabilidade na gestão, nos negócios e nas práticas do dia a dia, principalmente nas ações de sustentabilidade desenvolvidas conjuntamente com as empresas e organizações de sua rede constituída. Com isso, buscou o crescimento de forma continuada e sustentável, com respeito aos públicos com os quais se relaciona, com as comunidades em que está presente e com o meio ambiente. (TEIXEIRA, 2013).

Para tanto, o banco desenvolveu uma Política Corporativa de Sustentabilidade, que norteia o posicionamento do Bradesco em relação ao desenvolvimento sustentável, estabelecendo uma de suas diretrizes para o direcionamento de esforços para que a sociedade possa compartilhar os benefícios da globalização, por meio de um mercado mais inclusivo e igualitário, onde a sustentabilidade ligada aos negócios, fortalecendo assim o conceito de que a sustentabilidade está atrelada aos negócios e ao retorno financeiro de longo prazo e traduzi-la de forma concreta e relevante aos *stakeholders*.

O ano de 2014 foi marcado por acontecimentos importantes, que promoveram os desdobramentos para a Organização Bradesco no campo da sustentabilidade, reforçando o tratamento transversal do tema nos negócios. Mudanças climáticas, instabilidades econômicas e escassez de recursos naturais exigiram cada vez mais

habilidades para enfrentar desafios tanto no curto quanto no longo prazos, reforçando a importância de se incluir a sustentabilidade como parte das estratégias de negócios. (BRADESCO, 2015b).

Em 2014, a Organização Bradesco deu continuidade ao Planejamento Estratégico de Sustentabilidade, com a revisão das diretrizes da Organização para o tema e a definição de objetivos estratégicos e projetos a serem instituídos para alcançá-los. Baseado em 17 temas que integram a visão de sustentabilidade aos negócios do Bradesco, sendo as mudanças climáticas um aspecto transversal aos temas eleitos. (BRADESCO, 2015b).

Temas do Planejamento Estratégico de Sustentabilidade:

- a) risco socioambiental;
- b) risco integrado;
- c) gestão de fornecedores;
- d) questões controversas;
- e) engajamento das partes interessadas;
- f) produtos e serviços;
- g) relacionamento com clientes;
- h) inclusão financeira;
- i) desenvolvimento de capital humano/ atração e retenção de talentos;
- j) educação para a sustentabilidade;
- k) direitos humanos;
- l) prestação de contas/ indicadores;
- m) políticas anticrimes e códigos de conduta ética;
- n) eficiência, eco eficiência e sistema de gestão ambiental;
- o) governança corporativa;
- p) gestão da marca;
- q) investimento social privado.

Esse processo está alinhado com as exigências estabelecidas pela Resolução nº 4.327 do Banco Central, de abril de 2014, que regulamenta as práticas socioambientais das instituições financeiras. O Bradesco revisou sua Política de Sustentabilidade e constituiu um plano de ação para aprimorar as práticas e atender aos novos requisitos de mercado.

O Bradesco possui um Comitê de Gestão Integrada de Riscos e Alocação de Capital, que conta com o apoio dos comitês executivos de Riscos, que asseguram a efetividade do processo de gestão de riscos e aprovam definições, critérios e procedimentos, bem como metodologias, modelos e ferramentas voltadas ao gerenciamento e à mensuração dos riscos. Esses comitês acompanham e avaliam as informações sobre o nível de exposição a riscos, consolidado e por unidade de negócios, e monitoram movimentações e desenvolvimento do mercado, avaliando implicações e riscos. (BRADESCO, 2015c).

Um desses riscos, é o Risco Socioambiental, onde o Bradesco buscou aprimorar os critérios para gerenciar o risco socioambiental oriundo das relações de negócios com os clientes, por meio de financiamentos e investimentos, e com a cadeia de fornecimento.

Em 2013, foi criada a Comissão de Risco Socioambiental, que tem como atribuições, a identificação e a proposição, ao Comitê de Sustentabilidade, de melhorias as políticas, procedimentos e processos relacionados à gestão do risco socioambiental, a fim de mitigar a exposição da Organização a esse risco. (BRADESCO, 2015c).

Para a concessão de crédito, o Bradesco avalia e monitora os riscos socioambientais em operações de financiamento a projetos, bem como naquelas em que sejam identificados riscos significativos. Desde 2010, utiliza-se as diretrizes dos Princípios do Equador para operações de financiamentos a projetos acima de US\$ 50 milhões, além das transações de *Project Finance*. Esse escopo continua sendo abrangido pela análise de riscos socioambientais; no entanto, a aplicação dos Princípios do Equador, a partir de 2013, segue as regras de enquadramento estabelecidas pela nova versão do compromisso. (BRADESCO, 2015c).

Segundo Wanjberg (2007), ao incorporar a gestão de riscos em sua análise de crédito, o banco está fazendo uma gestão mais eficiente de sua carteira de crédito, e contribuindo para um melhor desempenho de suas atividades de financiamento. Além disso, o banco está também atuando de forma a somente permitir a implantação e operação de projetos e empresas que contribuam para o desenvolvimento sustentável, preservando o meio ambiente e as melhorando as condições de vida das comunidades.

Tabela 3 – Projetos Contratados Avaliados do Ponto de Vista Socioambiental

CATEGORIA	NÚMERO DE PROJETOS		VALOR FINANCIADO PELO BRADESCO (R\$)	
	2013	2014	2013	2014
A (risco alto)	0	0		
B (risco médio)	1	0	207.600.000,00	
C (risco baixo)	6	2	1.263.730.959,00	314.500.000,00
Risco Socioambiental	59	84	3.158.316.777,63	6.690.413.761,90
TOTAL	66	86	4.629.647.736,63	7.004.913.761,90

Fonte: Bradesco (2015b).

Tabela 4 – Projetos Monitorados Princípios do Equador e Risco Socioambiental

CATEGORIA	NÚMERO DE PROJETOS		VALOR FINANCIADO PELO BRADESCO (R\$)	
	2013	2014	2013	2014
A (risco alto)	12	10	2.849.406.164,40	2.274.558.164,40
B (risco médio)	21	19	1.278.484.607,37	1.143.622.219,37
C (risco baixo)	13	8	2.119.324.954,89	890.075.383,89
Risco Socioambiental	115	77	7.009.543.721,44	4.051.511.092,14
TOTAL	161	114	13.256.759.448,10	8.359.766.859,80

Fonte: Bradesco (2015b).

Antes da contratação, esses projetos passam por uma análise detalhada de risco socioambiental, por meio da avaliação de estudos, licenças, autorizações, informações sobre o projeto e dados como a geolocalização do empreendimento, os quais possibilitam a identificação de aspectos de risco na operação.

As operações de financiamento a projetos enquadrados nos Princípios do Equador, e também aquelas que são identificados riscos socioambientais relevantes, são analisadas e monitoradas periodicamente, a fim de garantir o cumprimento dos padrões e diretrizes aplicáveis. As Tabelas 3 e 4, apresentam a quantidade e valor de projetos financiados e monitorados, nos anos de 2013 e 2014, respectivamente.

Os fornecedores do Bradesco são selecionados por meio de processo que avalia, entre outros fatores, o comprometimento em relação a sustentabilidade. Entre as questões avaliadas está a não utilização de trabalho infantil e de trabalho forçado ou análogo ao escravo, além da gestão socioambiental e de saúde e segurança operacional. O processo é complementado por visitas técnicas de avaliação e planos de ação visando a melhorias, quando necessário.

No momento da contratação, os fornecedores formalizam sua adesão aos códigos de conduta ética – corporativo e social do Bradesco. São exigidas dos fornecedores certificações socioambientais, como *Forest Stewardship Council* (FSC), para a compra de materiais gráficos e mobiliários, e *Restriction of the Use of Certain Hazardous Substances* (ROHS) e *Environmental Protection Agency* (EPA), para equipamentos de informática. (BRADESCO, 2015c).

O Bradesco aderiu ou é signatário de diversos compromissos voluntários, nacionais e internacionais (Figura 2), relacionados a sustentabilidade empresarial:

- 2007:

- a) Bradesco anunciou o lançamento de produtos com foco socioambiental que iriam gerar recursos financeiros para a FAS;
- b) Bradesco lançou o Banco do Planeta, área dedicada a centralizar e ampliar todos os seus projetos e iniciativas socioambientais.

- 2006:

- a) Bradesco foi incluído no DSJI;
- b) lançada a nova versão dos Princípios do Equador;
- c) Bradesco iniciou diálogo com seus fornecedores sobre responsabilidade socioambiental;
- d) Bradesco criou área de responsabilidade socioambiental;
- e) lançou portfólio de produtos com foco socioambiental;
- f) lançou fundo atrelado ao ISE.

- 2005:

- a) Bradesco criou comitê de política socioambiental corporativa;
- b) O Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), criou a Câmara Técnica de Finanças Sustentáveis, com a adesão dos bancos Real, Itaú, Bradesco, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil e da BM&F.

- 2004:

a) Bradesco, Itaú e Unibanco aderiram aos Princípios do Equador.

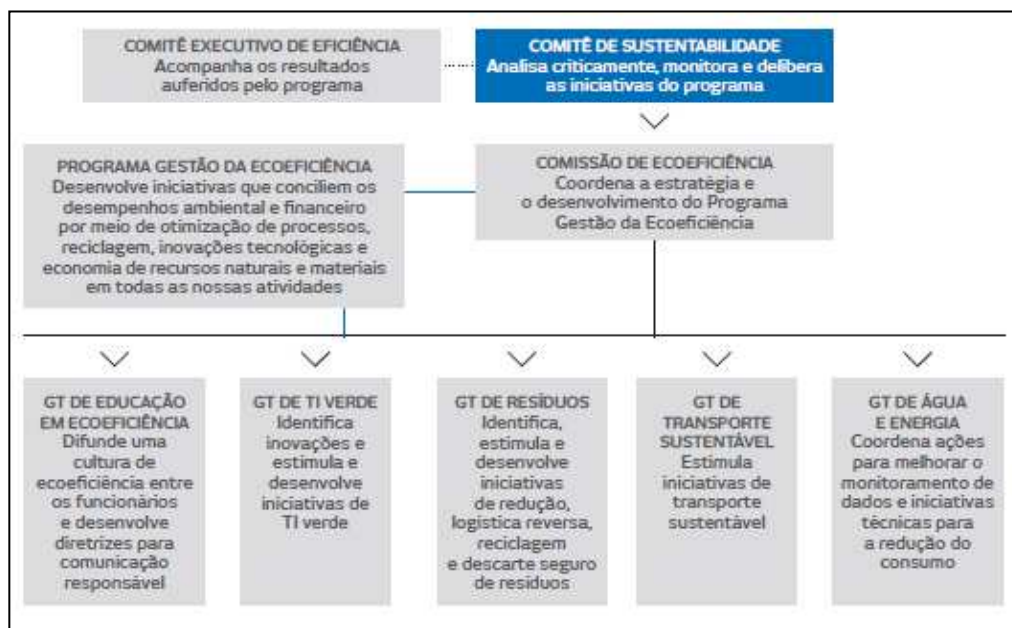
Figura 2 – Compromissos Voluntários

2000	2004	2005	2006
			
objetivosdomilenio.org.br	equator-principles.com	pactglobal.org.br	cdproject.net
2008	2009		
			
icmec.org	cdproject.net	empresapeloclima.com.br	conseg.org.br
2010	2011	2012	
			
unpri.org	unepfi.org	unepfi.org/psi/	

Fonte: Bradesco (2015b).

O Bradesco, em linha com a estratégia de eficiência da Organização, adotou o Programa Gestão da Ecoeficiência, que trabalha em iniciativas que agreguem redução de impactos ambientais e de custos a um só tempo, conforme a Estrutura do Programa Gestão da Ecoeficiência apresentado na Figura 3.

Figura 3 – Estrutura do Programa Gestão da Ecoeficiência



Fonte: Bradesco (2015b).

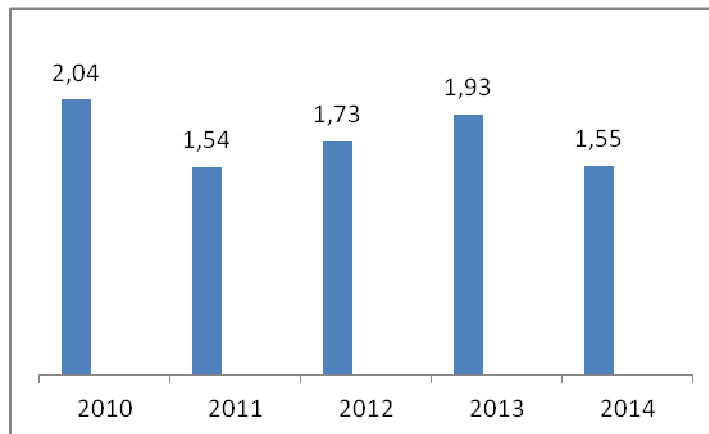
Em 2014, foi inaugurada uma estação de tratamento de esgoto (ETE), no Núcleo Cidade de Deus, em Osasco (SP), matriz. A medida teve como objetivo o aproveitamento de água de reuso e a redução do consumo de água potável. Foi obtido ainda, a certificação ISO 14001 de gestão ambiental para as instalações da matriz.

Outra iniciativa do setor bancário à sustentabilidade diz respeito ao lançamento e linhas de financiamento com características específicas para projetos de natureza socioambiental, oferecendo, por exemplo, taxas de juros mais atraentes, prazos mais longos ou até mesmo descontos no valor do principal. A oferta destes produtos diferenciados possibilita não somente a melhoria do desempenho econômico-financeiro destas instituições (através do aumento de receitas), mas também melhorias no meio ambiente e nas comunidades, conforme Wanjberg (2007). Além disso, com a crescente conscientização da sociedade com relação aos problemas socioambientais atuais, como o aquecimento global, é provável que a demanda por produtos deste tipo cresça nos próximos anos.

No Bradesco, existe um leque de produtos desenvolvidos para gerar benefícios sociais e ambientais. Na carteira de crédito se destacam produtos como repasse do Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES), operações de

microcrédito produtivo orientado, capital de giro e Crédito Direto ao Consumidor (CDC).

Gráfico 2 – Evolução da Carteira das Linhas de Crédito Socioambientais (R\$ bilhões)



Fonte: Bradesco (2015b).

No ano de 2014, conforme o Gráfico 2, o saldo desta carteira foi de R\$ 1,55 bilhão, abrangendo produtos como: CDC Acessibilidade – solução de crédito para aquisição de produtos e serviços ligados à acessibilidade, adaptação de veículos, reformas de casas e compra de aparelhos que atendam às necessidades de pessoas com deficiência; CDC Kit Gás; CDC Aquecedor Solar; Leasing Ambiental; Capital de Giro Ambiental; Capital de Giro Florestal; CDC Certificado Florestal; e Moderagro.

Outros produtos como seguros de vida e de acidentes, microsseguros, títulos de capitalização e previdência complementar, também voltaram-se para a geração de benefícios sociais. Dentre eles, os títulos de capitalização, como o Pé Quente SOS Mata Atlântica, o Pé Quente Amazonas Sustentável e o Pé Quente Bradesco Projeto Tamar. Estes produtos de capitalização destinam parte dos recursos arrecadados para entidades que desenvolvem projetos socioambientais. (BRADESCO, 2015c).

Na parte de cartões de crédito socioambientais, o Bradesco oferece produtos criados em parceria com entidades beneficentes. Nessas alianças, firmadas para o fomento de ações socioambientais, são repassadas partes das anuidades dos cartões Bradesco para instituições como Fundação SOS Mata Atlântica, Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE), Casas André Luiz e Fundação Amazonas Sustentável (FAS).

Os Fundos de Investimento com critérios socioambientais e de governança do Bradesco, investem, no mínimo, 67% do Patrimônio Líquido em ações de companhias listadas no ISE e no Índice de Governança Corporativa (IGC), ambos da BM&FBovespa. São selecionadas as ações de empresas com potencial de valorização de longo prazo, e ações de empresas que apresentem bons níveis de governança corporativa.

Tabela 5 – Fundos de Investimento Socioambientais

FUNDOS – PATRIMÔNIO LÍQUIDO/RENTABILIDADE						
			2011	2012	2013	2014
Bradesco FIC FIA			R\$1.546.437	R\$ 1.934.593	R\$ 2.078.623	R\$1.554.843
Planeta Sustentável			-7,31%	20,03%	-0,54%	-1,23%
Bradesco Prime FIC			R\$20.504.815	R\$ 20.905.304	R\$ 17.191.978	R\$12.669.628
FIA – Índice de			-6,10%	21,47%	0,63%	-0,05%
Sustentabilidade						
Empresarial						
Bradesco FIC FIA			R\$11.973.830	R\$ 7.900.175	R\$ 5.028.530	R\$4.338.935
Governança			-14,06%	15,78%	-3,19%	2,52%
Corporativa						

Fonte: Bradesco (2015b).

Conforme a Tabela 5, o Bradesco FIC Fia Planeta Sustentável contava no final de 2014 com 162 cotistas e registrou Patrimônio Líquido de R\$ 1,55 milhão, número 25,2% inferior a 2013.

O Bradesco Prime FIC FIA – Índice de Sustentabilidade Empresarial: reunia no final de 2014, 572 cotistas e encerrou o ano com Patrimônio Líquido de R\$ 12,67 milhões, 26,3% inferior a 2013.

O Bradesco FIC FIA Governança Corporativa: contava com 285 cotistas e contabilizou Patrimônio Líquido de R\$ 4,34 milhões, sendo, em 2014, 13,7% inferior ao período anterior, por causa de resgates de cotistas e do mercado de renda variável.

Diante de todo cenário de investimentos em ações socioambientais, a Organização Bradesco foi reconhecida nos últimos anos em diversos prêmios, conforme abaixo:

Quadro 2 – Prêmios de Sustentabilidade

Ano	Prêmios de Sustentabilidade
2012	-100 Melhores Empresas em IDHO e as 50 Melhores Empresas em Cidadania Corporativa 2012 pela Revista Gestão & RH.
2011	- Eleita uma das 100 empresas mais sustentáveis do mundo, segundo a 7ª edição do ranking Global 100 da Revista Corporate Knights 2010.
2010	<p>- Compõe a lista das 42 empresas integrantes do Índice de Carbono Eficiente (ICO2), da BM&Fbovespa.</p> <p>- As ações do Bradesco integraram, pelo sexto ano consecutivo, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&Fbovespa.</p> <p>- Permaneceu como integrante no Índice Dow Jones de Sustentabilidade da Bolsa de Valores de Nova York (DJSI), versão 2010, indicador que lista as Melhores Empresas do Mundo em Práticas de Governança Corporativa e Sustentabilidade.</p> <p>- Integrou o ranking das 100 Melhores Empresas do Ano do Prêmio Indicador de Desenvolvimento Humano Organizacional (IDHO) 2010.</p> <p>- Venceu o Readers' Choice Awards 2010, na categoria Relatório Mais Eficaz com sua edição de 2008 do Relatório de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative.</p> <p>- Reconhecido com o prêmio internacional Golden Peacock Global Award for Corporate Social Responsibility 2010 concedido às empresas que adotam as Melhores Políticas de Responsabilidade Social Corporativa.</p> <p>- Eleito como 1º lugar entre as brasileiras, no ranking da revista canadense Corporate Knight que aponta as 100 Mais Sustentáveis do Planeta.</p> <p>- Empresa do Ano na Área Ambiental na 4ª edição do Prêmio Brasil de Meio Ambiente, organizado pela Editora JB, do Jornal do Brasil. Foi vencedor também nas categorias Melhor Trabalho em Resíduos e Melhor Trabalho em Educação Ambiental.</p>
2009	<p>- O Bradesco é uma das empresas líderes em monitorar e reduzir os impactos gerados por suas atividades no meio ambiente.</p> <p>- Prêmio Internacional de Sustentabilidade, pelo Golden Peacock Global Award for Corporate Social Responsibility 2009.</p> <p>- O Bradesco recebeu o Prêmio Brasil de Meio Ambiente, promovido pelo Jornal do Brasil, nas categorias Melhor Trabalho em Ar, Fauna e Flora.</p>
2008	<p>- O Bradesco é líder do ranking das instituições financeiras com as Melhores Práticas de Sustentabilidade e Governança Corporativa da América Latina, segundo estudo da consultoria espanhola Management & Excellence.</p> <p>- A Fundação Bradesco recebeu o selo de Referência Nacional como vencedora em duas modalidades: Educacional Star e Relevante</p>

	<p>Contribuição Social.</p> <p>- A Bradesco Capitalização recebeu o prêmio de Meio Ambiente na categoria Melhor Trabalho em Ação de Comunicação em Meio Ambiente, promovido pelo Jornal do Brasil, e o Prêmio Top Ambiental ADVB.</p>
2007	<p>- Prêmio Eco 2007. Vencedor nas modalidades Consumidores e Clientes, com o case Virtual Vision (software que possibilita o acesso a deficientes visuais à Internet), e Meio Ambiente, com a Bradesco Capitalização.</p> <p>- Maior Destaque em Responsabilidade Social. Reconhecido pelo Ibope por meio da pesquisa Marcas de Confiança.</p>
2006	<p>- Melhores Programas de Sustentabilidade. Vencedor do Prêmio Valor Social, do jornal Valor Econômico, que reconhece os melhores programas de Sustentabilidade.</p> <p>- Ranking de Sustentabilidade e Ética. Banco que mais evoluiu no ranking de sustentabilidade e ética corporativa elaborado pela empresa de consultoria Management & Excellence (M&E) e pela Revista Latin Finance.</p>

Fonte: Bradesco (2015d).

4.3 Ações de Responsabilidade Socioambientais no Ambiente Externo e Interno da Organização Bradesco

O papel da iniciativa privada na construção do Brasil, é um novo e grande desafio para a comunidade empresarial. Trata-se de uma inovadora relação com a sociedade e com o mundo dos negócios, que possibilita o enfrentamento das adversidades sociais. Consiste no investimento de recursos tecnológicos, financeiros e humanos na formação da chamada cidadania empresarial. A empresa privada é corresponsável, com a administração pública, pelos problemas que atingem a comunidade. Empresas cidadãos e socialmente responsáveis, os bancos, vêm contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e para a construção de uma sociedade mais justa. (FEBRABAN, 2010).

Em sintonia com os Princípios do Equador, algumas propostas vêm sendo apresentadas relativas à aplicabilidade de determinados parâmetros sociais e ambientais como critério de análise para investimentos e oferta de crédito. (MOTTA; PAIVA, 2011). Este rigor adicional na avaliação de projetos de investimento por parte dos bancos está em linha com uma conduta ética que os bancos podem ter em suas atividades comerciais ao atender o público e orientar atividades de negócios com a preocupação social. Com o objetivo de considerar essa prerrogativa, deve-se atentar a determinadas ações necessárias no campo socioambiental: influenciar ações sociais de controladas e coligadas; realizar ações preventivas contra

manipulação de recursos para atividades prejudiciais à sociedade como o tráfico de drogas e lavagem de dinheiro; e exigir critérios de responsabilidade social para a concessão de empréstimos e financiamentos a clientes.

O conceito de desenvolvimento sustentável, ligado indissociavelmente à Responsabilidade Social Empresarial (RSE), que é defendido pelo Bradesco, procura difundir-lo e aplicá-lo em sua prática cotidiana: desde a gestão dos negócios financeiros e bancários aos projetos sociais. Segundo a Organização Bradesco, desenvolvimento sustentável é a:

Estratégia de desenvolvimento da atividade econômica, em sintonia com as demandas e questões sociais e a utilização consciente dos recursos disponíveis no meio ambiente. Busca satisfazer as demandas do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras de atenderem suas próprias necessidades. (BRADESCO, 2010).

Para Baracho (2002, p.9), a RSE tem sido dividida entre interna e externa, desta forma:

Diz-se que se o âmbito de atuação de práticas de responsabilidade social é dentro da empresa, então esta é interna. Ou seja, quando essa executa práticas de responsabilidade que afetam em primeiro lugar seus próprios acionistas, trabalhadores, a saúde e a segurança no trabalho, a gestão de recursos naturais utilizados na própria produção, ela realiza responsabilidade social interna. Já a dimensão externa da responsabilidade social das empresas estende-se ao seu ambiente externo, exigindo além da interação da empresa com seus empregados e insumos de produção, os fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente.

Esta colocação pode ser resumida definindo-se como, responsabilidade social interna, as práticas que têm como alvo tudo que convém diretamente à acumulação do capital pela empresa, enquanto a responsabilidade social externa, tem como alvo os condicionantes de sua reprodução de forma mais ampla. Sob a perspectiva interna, a RSE significa benefícios para a empresa quando, por exemplo, um ambiente de trabalho se torna mais diverso racial, sexual e culturalmente, ou quando os filhos das funcionárias estão em uma creche – estes benefícios se traduzem em ganhos diretos, pois a produtividade de funcionários satisfeitos é maior. Já os benefícios resultantes de ações que tem como alvo o ambiente externo, como uma escola para a comunidade no entorno, por exemplo, influenciam de modo indireto a empresa – que ganha mais respeito por parte da comunidade, e pode ou não contratar a mão de obra qualificada pela escola.

O Bradesco investe em ações que beneficiem as comunidades onde mantém atividades. Para isso, procura incentivar e desenvolver inúmeras iniciativas e parcerias, tanto pontuais como de longo prazo, inclusive com trabalho voluntário dos funcionários. (BRADESCO, 2015b).

Desde 2008, o banco utiliza a ferramenta *Benchmarking* do Investimento Social Corporativo (BISC), para aprimorar a gestão das práticas de investimentos socioambientais. Essa metodologia surgiu do *Encouraging Corporate Philanthropy* (CECP), de Nova York (EUA). A ONG Comunitas trouxe o BISC para o Brasil, reunindo um grupo de 22 instituições, que representam R\$ 2 bilhões em investimentos sociais, o Bradesco faz parte desse grupo, com 28% do total. (BRADESCO, 2014). O BISC realiza um levantamento anual e analisa os dados qualitativos e quantitativos, contemplando as diversas formas de ação social empreendidas pelas empresas participantes, a fim de refletir o cenário brasileiro no setor.

4.3.1 Investimentos Sociais Externos

Segundo Teixeira (2013), o Bradesco tem cada vez mais assumido um papel de destaque junto à rede de empresas e organizações constituída, notadamente por meio de diversas ações de sustentabilidade tais como:

- a) Princípios do Equador: Desde 2004, há a análise direta e o monitoramento objetivo das condições de trabalho e dos impactos de sua atuação na comunidade e no meio ambiente, notadamente em relação aos projetos que o banco financia, observando-se a legislação brasileira e os padrões e critérios da *International Finance Corporation (IFC)*, braço financeiro do Banco Mundial.
- b) Pacto Global: Signatário do Pacto Global desde 2005, o Bradesco é membro do Comitê Brasileiro do Pacto Global, grupo responsável pela disseminação dos princípios que regem a adoção de boas práticas no meio ambiente, em direitos humanos, nas relações de trabalho e em práticas anticorrupção. Em 2011, foi à única empresa brasileira a integrar o *Global Compact International Yearbook*, publicação anual do pacto, com um case sobre inclusão financeira.

- c) Coalizão Financeira para o Combate à Pornografia Infantil: O Bradesco integra a *Financial Coalition Against Child Pornography* (Coalizão Financeira para o Combate à Pornografia Infantil) desde 2008. Essa Coalizão mapeia o fluxo de recursos e rastreia todas as transações realizadas pela Internet potencialmente ligadas à pornografia infantil.
- d) Empresas pelo Clima: O Banco é membro desde 2009 da Plataforma Brasileira Empresas pelo Clima (EPC), do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVCes). Apoia estratégias, políticas e sistemas de gestão das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEEs), além do marco regulatório para a economia de baixo carbono no país.
- e) Protocolo Verde - Setor bancário: O Bradesco em conjunto com os seus parceiros, clientes e fornecedores é signatário desde 2009 neste protocolo de intenções entre o Ministério do Meio Ambiente e a Febraban. O objetivo do protocolo é implantar uma agenda comum de sustentabilidade no setor bancário brasileiro.
- f) Tecnologia da Informação Verde: Seguindo o mesmo caminho que o Banco Itaú, o Bradesco instalou em 2008 um *data center* construído com base nos requisitos de TI Verde. Considerado um dos mais eficientes do mundo, o Centro de Tecnologia da Informação (CTI) possui um índice de eficiência energética para *data center*, conhecido como *Power Usage Effectiveness* (PUE), menor que 1,5, o que indica excelência no quesito.

O Bradesco se relaciona com diversos públicos estratégicos em sua rede de empresas e organizações constituída a partir das ações de sustentabilidade. Entre os agentes envolvidos, sete são considerados prioritários para o desempenho de suas ações: clientes, colaboradores, fornecedores, acionistas e investidores, governo e sociedade, ONGs e comunidades. (TEIXEIRA, 2013). Para a comunidade, há incentivo e o apoio a inúmeras iniciativas que vão de projetos próprios e de instituições parceiras até o trabalho voluntário dos colaboradores, com o objetivo de beneficiar pessoas das comunidades.

Os Indicadores Sociais Externos evidenciam os investimentos sociais realizados pela empresa em função da sociedade, como educação, cultura, saúde e

saneamento, habitação, esporte, lazer e diversão, creches, alimentação, combate à fome e segurança alimentar.

4.3.2 Programas e Ações Sociais do Bradesco

A FUNDAÇÃO BRADESCO é uma iniciativa pioneira no Brasil em investimento social privado. Seu objetivo é proporcionar educação e profissionalização para crianças, jovens e adultos. A Fundação Bradesco atua como multiplicadora das melhores práticas pedagógico-educacionais e possui, um dos maiores programas socioeducacionais do mundo. (BRADESCO, 2015e).

A instituição mantém 40 escolas próprias, distribuídas por todos os Estados brasileiros e o Distrito Federal. As escolas beneficiam gratuitamente alunos em cursos de Educação Básica, Educação de Jovens e Adultos e na Formação Inicial e Continuada voltada à geração de emprego e renda.

A principal fonte de recursos da Fundação Bradesco vem da participação como acionista do Banco, cujo montante aplicado, em 2013 totalizou R\$ 456,966 milhões, e, em 2014 totalizou R\$ 520,277 milhões.

Tabela 6 – Fundação Bradesco

	2011	2012	2013	2014
Valor investido	287,554	369,537	451,816	515,093
Bradesco Esportes e Educação	4,338	4,679	5,150	5,184
TOTAL	291,892	374,216	456,966	520,277

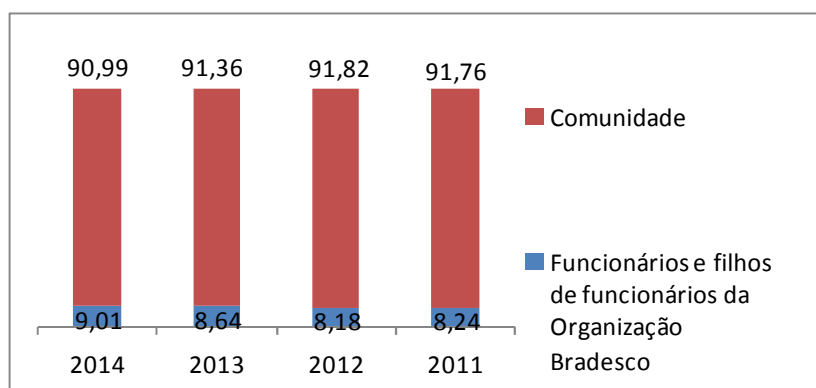
Fonte: Bradesco (2015b).

O Bradesco Esportes e Educação apoia o desenvolvimento de crianças e adolescentes, do sexo feminino, a partir dos 8 anos de idade, por meio da prática esportiva nas modalidades vôlei e basquete. As alunas que compõem os núcleos de especialistas recebem benefícios como seguro de vida, plano de saúde, bolsa-auxílio, transporte e alimentação, além de uniforme escolar e material esportivo. A fim de incentivar a educação formal, a matrícula e a frequência no ensino regular são exigências para participar do programa. (BRADESCO, 2015b).

A Fundação Bradesco beneficiava ao final de 2014, mais de 105.177 alunos, sendo que 44.085 alunos eram atendidos na Educação Básica, com alimentação,

assistência médico-odontológica, material escolar e uniformes. Ao final de 2014 eram mais de 3.212 funcionários atuando em todas as escolas da Fundação.

Gráfico 3 – Perfil dos Alunos (%)



Fonte: Bradesco (2015e).

Pelo perfil dos alunos, conforme o Gráfico 3, percebe-se que cada vez mais a comunidade local é beneficiada com os programas da Fundação Bradesco. O processo de seleção para as novas matrículas ocorre anualmente e atende a rigorosos critérios de análise socioeconômica, que incluem análise documental, entrevistas, visitas domiciliares e observação da proximidade de residência do aluno.

Tabela 7 – Fundação Bradesco: Total de Alunos por Modalidade de Ensino

	2014	2013	2012	2011
Educação Básica	44.085	44.915	46.885	49.938
Educação de Jovens e Adultos	14.287	14.724	17.707	17.951
Formação Inicial e Continuada	46.805	42.142	46.920	44.192
Total de alunos	105.177	101.781	111.512	112.081
Escola Virtual	458.365	455.088	365.430	382.329
Projetos e ações em parceria	33.856	71.742	118.595	134.764

Fonte: Bradesco (2015e).

Conforme a Tabela 7, houve redução no número de alunos na Educação Básica, devido ao ajuste de alunos por segmento, que objetiva aumentar a qualidade do ensino e garantir a permanência do aluno na Fundação Bradesco. A Escola Virtual é um Portal de ensino a distância, criado em 2001, pela Fundação Bradesco; a iniciativa é uma maneira de construir conhecimento para além dos limites físicos

do ambiente escolar. Por meio dele, são oferecidos mais de 80 cursos on-line e semipresenciais de especialização em áreas como administração financeira, fotografia, informática, desenvolvimento de aplicativos, governança de TI, infraestrutura, segurança e sistemas operacionais, entre outras.

A Fundação Bradesco estende suas iniciativas direcionadas à construção de uma sociedade mais igualitária a moradores das comunidades no entorno das unidades escolares. (BRADESCO, 2015e). Criado em 2007, em parceria com o Banco Bradesco, o projeto Educa+Ação, está alinhado às diretrizes do Movimento Todos pela Educação. Seu objetivo é contribuir para a elevação do padrão educacional dos alunos da rede pública nos três primeiros anos do Ensino Fundamental. Assim, disponibiliza materiais didáticos para estudantes e professores, investe na formação docente, presencialmente e a distância, realiza visitas de acompanhamento nas escolas, e promove reuniões com os gestores para a apresentação de resultados.

Ao final de 2014, eram mais de 4.840 alunos beneficiados em 9 cidades, com o envolvimento de cerca de 200 professores e investimento de R\$ 1,4 milhão.

Tabela 8 – Bradesco Projetos (R\$ milhões)

	2011	2012	2013	2014
Projeto Integração Empresa Escola	0,644	0,692	0,680	0,743
Bradesco Esportes (incentivado)	4,223	4,612	5,481	5,580
Fundação Amazonas Sustentável (FAS)	11,678	12,402	12,039	8,000
Fundação SOS Mata Atlântica	18,493	23,081	10,000	9,000
Outros	17,222	17,531	8,861	7,672
TOTAL	52,260	58,318	37,061	30,995

Fonte: Bradesco (2015b).

O Projeto Integração Empresa Escola, busca estimular a integração social, a formação de cidadania e a promoção da qualidade de vida dos participantes, por meio do desenvolvimento de atividades esportivas e culturais. Em 2014, foram oferecidas 858 vagas e investidos R\$ 743.221 no projeto, de acordo com a Tabela 8.

O Bradesco e o Estado do Amazonas foram fundadores da FAS. Continuamente apoiada pelo Bradesco, a FAS tem a missão de valorizar a Floresta

Amazônica e oferecer qualidade de vida às comunidades da região, que exercem um importante papel na conservação desse patrimônio. Os programas da FAS têm destaque para a melhoria das condições de renda, educação, saúde e empreendedorismo de mais de 9.400 famílias residentes em 574 comunidades nas Unidades de Conservação do Estado do Amazonas, representando mais de 40 mil pessoas beneficiadas. No ano de 2014 foram investidos R\$ 8 milhões no programa.

O Bradesco atua em parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica e, por meio de produtos como o Cartão de Afinidade SOS Mata Atlântica, o Título de Capitalização Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica e o Hiperfundo, arrecada recursos que são repassados para a ONG. Em 25 anos de parceria, foram repassados mais de R\$ 155 milhões, e viabilizado o plantio de 34,3 milhões de árvores. (BRADESCO, 2015c).

Além dos projetos, o Bradesco conta ainda com as iniciativas incentivadas, como a Lei de Incentivo Rouanet, também chamada de Lei de Incentivo à Cultura, que possibilita aplicar parte do Imposto de Renda devido em ações culturais. No ano de 2014, foram destinados R\$ 100,613 milhões para o incentivo, de acordo com a Tabela 9.

Tabela 9 – Bradesco: Iniciativas Incentivadas (R\$ milhões)

LEIS DE INCENTIVO	2011	2012	2013	2014
Rouanet	71,474	81,431	97,994	100,613
Audiovisual	0,537	0,600	0,800	0,070
Esporte	18,742	22,259	24,974	24,488
Estatuto da Criança e do Adolescente	11,258	11,060	16,308	22,569
Pronon/ Pronas	1	1	14,000	42,144
Idoso	1	1	0,800	23,128
Outros	2	0,280	0,835	-
TOTAL	102,011	115,630	155,711	213,012

Fonte: Bradesco (2015b).

Nota: ¹ Destinação e incentivos a partir de 2013.

² Valor incorporado em iniciativas a partir de 2012.

Conforme a Tabela 10, no ano de 2014, o Bradesco destinou mais de R\$ 150,892 milhões em doações e patrocínios a apoios institucionais, cerca de 38% a mais do que em 2013.

Tabela 10 – Bradesco: Apoios Institucionais (R\$ milhões)

RECURSOS PRÓPRIOS	2011	2012	2013	2014
Doações	15,419	18,421	31,515	40,068
Patrocínios	104,957	106,887	76,885	110,824
TOTAL	120,376	125,308	108,400	150,892

Fonte: Bradesco (2015b).

4.3.3 Inclusão Financeira

A evolução da geração do emprego e da renda verificada na economia brasileira nos últimos anos, provocou alterações substanciais nos hábitos de consumo das famílias brasileiras, principalmente sobre as classes de menor poder aquisitivo, que, marcadamente, vêm demandando cada vez mais bens e serviços de qualidade da indústria, do comércio e do setor prestador de serviços. Segundo a Febraban (2010), a inserção desses novos atores na sociedade de consumo, trouxe, de forma natural, a expansão do número de usuários de serviços bancários, sendo a bancarização acelerada um motivo de atenção constante da Federação no que se refere a prestar melhores serviços e propiciar um processo de inclusão financeira que consolide o aspecto positivo do modelo econômico vivido pelo País.

Conforme a Febraban (2010), entre 2003 e 2009, cerca de 36 milhões de brasileiros ingressaram nas classes A, B e C. Desse total, 6,6 milhões saíram da classe C e foram incorporadas às classes A e B. São pessoas que consomem mais e que, por isso, precisam entender melhor os produtos financeiros oferecidos pelos bancos brasileiros e os conceitos básicos de como lidar com o dinheiro, com o crédito e com a poupança.

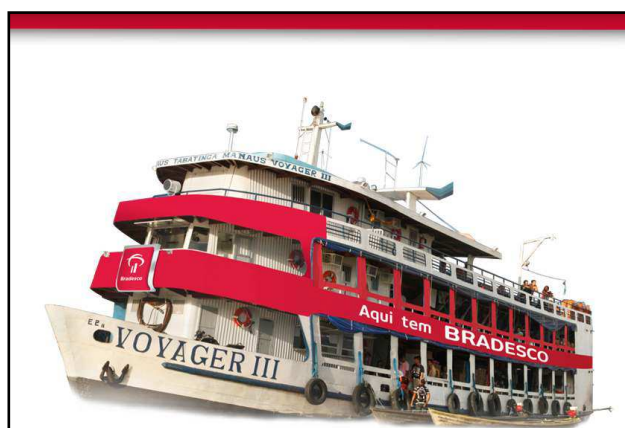
Para o Bradesco, a inclusão financeira contribuiu para o acesso de pessoas de classes sociais de menor renda ao sistema financeiro e ao crédito e também como estímulo às economias regionais. O banco trabalha a inclusão financeira com três bases: presença maciça no país, inclusive naquelas localidades consideradas vulneráveis, ações de educação financeira e produtos e serviços inclusivos. (BRADESCO, 2015f).

A estratégia de inclusão financeira do Bradesco engloba: ações para ampliar a oferta de produtos e serviços a toda a base de clientes, produtos e serviços direcionados especificamente às classes sociais com menor renda, ações de

acessibilidade – física ou digital, ampliação contínua da Rede de Atendimento e ações de educação financeira.

Em 2014, o banco inaugurou o segundo posto de atendimento fluvial, o barco Voyager V, sucessor do Barco Voyager III (Figura 4), no Estado do Amazonas, ampliando assim, a oferta de serviços bancários e contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico das comunidades ribeirinhas.

Figura 4 – Barco Voyager III



Fonte: Bradesco (2015b).

Ações de educação financeiras foram promovidas para os funcionários, clientes e não clientes, respeitando as características de cada localidade, com objetivo de contribuir para a cultura de uso racional do dinheiro e crédito responsável, instruindo a população sobre a importância do controle de gastos, do orçamento familiar e dos comparativos de taxas de empréstimos e investimentos, além de dicas para superar problemas financeiros. (BRADESCO, 2015f).

O Banco teve como estratégia, a valorização dos empreendedores e os pequenos negócios com a concessão de crédito. Dessa forma, promoveu o desenvolvimento da economia local, o aumento da renda e do faturamento e a inclusão financeira. O desenvolvimento em áreas de alto índice de pobreza, por meio do processo de bancarização, que disponibiliza serviços e produtos. A iniciativa ajudou a democratizar o consumo e garantir o acesso a financiamento, gerando emprego e renda para a população de baixa renda.

Para que os clientes de menor renda, tenham acesso a produtos e serviços diferenciados, o Bradesco com a responsabilidade de atender às particularidades de distintos perfis de clientes disponibilizou:

- a) click conta Bradesco: conta corrente gratuita, destinada a jovens de até 17 anos, oferecendo a primeira experiência de uma conta bancária. No site do banco, o jovem pode acessar diversos assuntos de seu interesse, como trilha de carreira, futuro profissional, intercâmbio, entre outros;
- b) digiConta Bradesco: conta gratuita, movimentada exclusivamente pelos canais eletrônicos;
- c) conta universitária: destinada ao público universitário, que conta com um leque de benefícios de produtos e serviços para esse público;
- d) microcrédito produtivo orientado: voltado para fomentar o desenvolvimento da atividade produtiva de microempreendedores formais e informais;
- e) acessibilidade: kit boas-vindas Bradesco Cartões, com dados como bandeira, numeração, validade do cartão impressos em Braille e em fonte ampliada.

4.3.4 Relacionamento com Stakeholders

As partes interessadas (ou *stakeholders*) são qualquer grupo, dentro ou fora da organização que tenha interesse no desempenho dela. Cada parte interessada tem um critério diferente de reação, porque, tem um interesse diferente na organização. (LOURENÇO, 2003). Uma empresa adquire o status de empresadã, quando atua em ambas as dimensões (responsabilidade empresarial interna e externa). Esta relação vai depender muito das políticas, valores, cultura e sobre tudo da visão estratégica que prevalecem na organização e no atendimento a essas expectativas. As empresas precisam levar com seriedade e honestidade as suas relações com todos os stakeholders, pois essas relações tornaram-se uma questão de estratégia financeira e de sobrevivência empresarial, devido ao lado ético e humano trazido pela responsabilidade social.

Segundo Melo Neto e Froes (1999, p.58), a satisfação dos stakeholders com as empresas socialmente responsáveis favorece a divulgação de suas marcas:

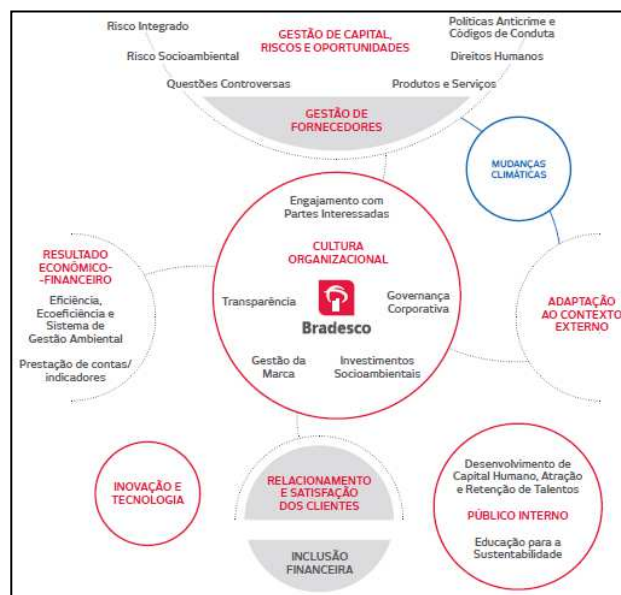
Clientes de empresas socialmente responsáveis sentem orgulho de comprar daquela empresa e os fornecedores, governos e empregados sentem-se orgulhosos em serem parceiros da empresa. Além da empresa poder beneficiar-se de comunicar sua marca positivamente para potenciais clientes e a opinião pública em geral.

As empresas expostas na mídia em virtude de comportamentos socialmente responsáveis ou por patrocinarem eventos sociais, educacionais, culturais, ressaltam atributos positivos de suas marcas ao associar o valor da ação ou evento patrocinado à marca, podendo gerar lealdade de diversos públicos relevantes, que é uma das garantias de perenidade lucratividade e competitividade atuais. (GUEDES, 2000).

Para o Bradesco, entre os vários públicos com os quais se relaciona, sete destes são estratégicos e prioritários para o desempenho da organização: clientes, funcionários, acionistas e investidores, fornecedores, comunidade, governo e sociedade, e organizações do terceiro setor (ONGs).

No ano de 2014, o Bradesco realizou um mapeamento para identificar as formas de engajamento com os seus públicos de interesses prioritários. Diante deste trabalho, criou uma Norma de Engajamento de Partes Interessadas, a fim de orientar e garantir a implementação das diretrizes de engajamento adotadas, que estabelece conceitos corporativos, delimita papéis e responsabilidades dos departamentos, empresas ligadas, funcionários e orientações para iniciativas de engajamento.

Figura 5 – Planejamento Estratégico e Matriz de Relevância



Fonte: Bradesco (2015b).

Na parte de relacionamento com clientes, o Bradesco trabalha com um modelo de segmentação, conforme Figura 6, para melhorar a qualidade de relacionamento e maior competitividade nos negócios.

Figura 6 – Segmentação dos Clientes Pessoa Física e Pessoa Jurídica



Fonte: Bradesco (2015b).

No fim do ano de 2014, o banco chegou a 60.653 pontos de atendimentos, ante 47.827 do ano de 2011. Além do crescimento do número de pontos de atendimento, as agências foram adaptadas e foram desenvolvidas soluções de acessibilidade, tanto física quanto digital, para atender as pessoas com deficiência visual, auditiva, motora e intelectual.

No que tange a relação com acionistas, investidores e analistas, o Bradesco conta com a Área de Relações com Investidores (RI), responsável por compilar e divulgar informações aos acionistas, investidores e analistas do mercado de capitais.

Tabela 11 – Atendimento a Acionistas, Analistas e Investidores

	2011	2012	2013	2014
Reuniões com investidores	168	149	129	125
Conferencias telefônicas	210	236	213	215
Eventos no Brasil	24	26	23	18
Eventos no exterior	29	26	25	25
Encontros Apimec	19	18	14	8
Videochats	4	4	4	4
TOTAL	454	459	408	395

Fonte: Bradesco (2015c).

De acordo com a Tabela 11, ao longo do ano de 2014, mais de 850 investidores institucionais foram atendidos em 215 conferências telefônicas e 25 eventos no exterior.

Por meio dos Encontros Bradesco de Fornecedores, realizados desde 2006, o Bradesco possui um processo contínuo de engajamento. Os objetivos desses encontros anuais são apresentar a estratégia e as principais ações no campo da sustentabilidade e convidar os fornecedores ao engajamento na responsabilidade socioambiental. No ano de 2014, foi realizado o 12º evento, com a participação de 46 empresas. A Tabela 12 apresenta as etapas do relacionamento com os fornecedores com o Bradesco, nos aspectos ambientais, desde a homologação, até o desenvolvimento dos mesmos.

Tabela 12 – Etapas do Relacionamento com Fornecedores que envolvem Aspectos Ambientais

Homologação – Entrada da empresa na Organização	Aplicação de requisitos socioambientais (aderência a Política de Sustentabilidade do Bradesco e a legislação vigente)
Seleção – Identificação de empresas para participar da concorrência	RFI – Request for Information – Avaliação com critérios classificatórios (aspectos socioambientais representam 15% da nota final.
Aquisição – Cotação, negociação e contratação	Cláusulas contratuais padrão de Responsabilidade Socioambiental, Código de Conduta Ética Setorial do Profissional de Compras Bradesco.
Avaliação dos fornecedores contratados	Exigência de certificação FSC para materiais gráficos e moveis. Monitoramento dos fornecedores. Programa de Relacionamento com Fornecedores Estratégicos, Avaliação Socioambiental de Fornecedores, Questionário Socioambiental, Aderência aos Princípios das normas SA8000 (PEF), ISO14001 e OHSAS 18001.
Desenvolvimento dos fornecedores	Desenvolvimento Socioambiental de fornecedores. Desenvolvimento dos fornecedores inseridos em categorias críticas sob o aspecto socioambiental e com baixo nível de atuação. Desenvolvimento com base nas diretrizes da Política Corporativa de Sustentabilidade. Engajamento: Encontro Bradesco de Fornecedores e CDP Supply Chain.

Fonte: Bradesco (2015c).

A partir de interações, pesquisas e monitorias feitas com diferentes públicos no ano de 2014, das 200 principais empresas do País, segundo pesquisa realizada pela DOM Strategy Partners, o Bradesco foi eleito a empresa que mais produz valor sustentável por *stakeholder*. O objetivo do estudo foi avaliar a capacidade de uma empresa em gerar e proteger valor para seus consumidores, acionistas,

funcionários, sociedade, setor, clientes e para todo o País. Dentre os ativos analisados estavam, Eficácia da Estratégia Corporativa, Resultados Gerados, Crescimento Evolutivo, Valor das Marcas, Qualidade de Relacionamento com Clientes, Governança Corporativa, Sustentabilidade, Gestão de Talentos, Cultura Corporativa, Inovação, Conhecimento Corporativo, Tecnologia da Informação, Grau de Transformação e Uso das Tecnologias Digitais. (MAIS VALOR PRODUZIDO, 2014).

Segundo o Bradesco (2015g), a Organização Bradesco conta com as seguintes certificações a seu Sistema de Gestão:

- SA8000 - Responsabilidade Social:

O Sistema de Gestão de Responsabilidade Social Bradesco, abrange a sede da Cidade de Deus, Call Center, Grupo Seguradora e alguns Prédios Administrativos, e algumas unidades da Rede de Agências de Osasco e São Paulo. Fundamentado na Norma Internacional SA 8000®:2008, estabelece requisitos em conformidade com a Política de Gerenciamento dos Recursos Humanos da Organização e tem por objetivo promover a melhoria contínua das relações e condições do ambiente de trabalho, estendendo o compromisso de respeito aos Direitos Humanos, Direitos da Criança e Direitos Fundamentais do Trabalho aos nossos fornecedores.

- OHSAS 18001 - Saúde e Segurança no Trabalho:

Essa certificação internacionalmente reconhecida para sistemas de gestão de saúde ocupacional e segurança abrange o Centro de Tecnologia da Informação na Cidade de Deus, em Osasco (SP) e os Prédios da Av. Paulista e Rua Itapeva, em São Paulo (SP). A OHSAS 18001 foi desenvolvida com compatibilidade com a ISO 9001 e a ISO 14001. O Sistema de Gestão em Segurança e Saúde Ocupacional colabora efetivamente na identificação dos perigos e riscos, no monitoramento visual dos ambientes do trabalho e no cumprimento da legislação vigente, proporcionando um ambiente seguro e saudável aos funcionários.

- ISO 14001 - Gestão Ambiental:

Sistema de Gestão das atividades para o cumprimento de objetivos estratégicos e ambientais do negócio, destacando o consumo de energia, água e geração de resíduos. A Certificação abrange o prédio da Avenida Paulista, em São Paulo (SP), o Núcleo Cidade de Deus em Osasco, além do CTI e Prédios Administrativos que correspondem a uma área total de 338.764,00m² de terreno e 170.324,00m² de área construída, incluindo a Fundação Bradesco.

- ISO 14064 – Quantificação e Relato sobre Gases de Efeitos Estufa:

Pelo 7º ano consecutivo, a Organização Bradesco relatou as emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa de todas as empresas sobre as quais mantém controle operacional. Seu inventário referente ao ano 2014 foi elaborado e verificado segundo a Norma ABNT-NBR ISO 14064.

- GoodPriv@cy - Proteção e Privacidade de Dados:

É um padrão estabelecido internacionalmente, que abrange requisitos para o gerenciamento da proteção e privacidade dos dados nas organizações, atestando que o usuário certificado mantém em funcionamento um Sistema de Gestão para a Proteção de Dados (Data Management System - DMS). O Bradesco possui 3 certificados que foram concedidos para produtos e serviços da Organização.

- ISAE 3402:

Trata-se de relatório emitido anualmente de acordo com padrão internacional (International Standard on Assurance Engagements 3402 - Relatórios de Asseguração de Controles em Organização Prestadora de Serviços). O Bradesco possui o Relatório de Asseguração dos Auditores Independentes sobre a descrição, projeto e eficácia operacional dos controles relacionados aos Serviços de Custódia e Controladoria de Fundos de Investimento e Carteiras Administradas e Administração de Fundos de Investimento, elaborado de acordo com a Norma ISAE3402.

- ISO 9001 - Gestão da Qualidade:

Essa certificação é a comprovação formal de que todas as atividades relacionadas à qualidade do produto ou serviço foram planejadas, implantadas e controladas. O Banco possui 16 escopos certificados, que têm por objetivo melhorar continuamente o desempenho dos processos e dos negócios, além de buscar o aumento da satisfação do cliente, considerando as necessidades de todas as partes interessadas.

- ISO 27001 - Gestão de Segurança da Informação:

O Bradesco possui três certificados, um abrangendo os processos relacionados à segurança lógica, visando garantir as senhas de acesso aos aplicativos e à infraestrutura tecnológica interna do Banco – DPCD – na área de Segurança; um aplicado aos processos de Infraestrutura, Armazenamento e Operação de Tecnologia da Informação do Banco – DPCD-CTI; e um relacionado ao Projeto, Processo Operacional, Monitoria, Gerenciamento e Qualidade do setor de Segurança Lógica da Bradesco Seguros e Previdência.

- ISO 20.000 - Gestão de Entrega de Serviços de TI:

Dois certificados foram concedidos: “Sistema de Gerenciamento de Serviços da Gestão da Entrega de Serviços de TI pelo Banco Bradesco – DPCD, que suporta a entrega dos seguintes serviços: processamento de rotinas e serviços transacionais, transferência de arquivos, impressão de relatórios e documentos para clientes, comunicação de dados, instalação de software e suporte em equipamentos nas dependências dos usuários; e “Sistema de Gerenciamento de Serviços da Gestão de Serviços de TI pela Bradesco Seguros e Previdência – Superintendências de Suporte, Escritório de Projetos e Governança de TI no RJ, que suporta a entrega dos seguintes serviços: transmissão, processamento, comunicação, e impressão de dados”.

4.3.5 Ambiente Interno da Organização

Os Indicadores Sociais Internos divulgam o capital investido pelas empresas em função de seu público interno. Fazem parte destes indicadores, os valores investidos em alimentação, encargos compulsórios, previdência privada, saúde, segurança e medicina no trabalho, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, creches e auxílio creche, e participação nos lucros ou resultados. (ASHLEY, 2005).

Ao final de 2014, a Organização Bradesco contava com 95.520 funcionários, como apresenta a Tabela 13. Os funcionários, em sua maioria, contratados no regime da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), têm acesso aos benefícios como: seguro saúde e odontológico gratuito, previdência privada complementar, vacinação contra gripe e vírus H1N1, área destinada a atividades de lazer em algumas localidades, e linhas de crédito com taxas subsidiadas.

Tabela 13 – Indicadores Sociais Internos

Indicadores Sociais Internos	2011	2012	2013	2014
Número de funcionários	104.412	103.385	100.489	95.520
Proventos (em bilhões R\$)	5,1	5,7	6,0	6,4
Encargos (em bilhões R\$)	1,9	2,2	2,3	2,4
Participação nos Lucros e Resultados PLR (em milhões R\$)	936,9	1.030,9	1.115,3	1.256,4
Treinamento (em milhões R\$)	161,4	132,6	126,8	144,7
Saúde (em milhões R\$)	549,0	600,9	667,1	762,4
Alimentação (em milhões R\$)	938,6	1.080,9	1.146,1	1.203,8
Previdência Privada (em milhões R\$)	566,7	590,9	622,2	622,8
Creche/ auxílio-creche (em milhões R\$)	58,7	67,0	74,4	88,6
Outros (em milhões R\$)	164,7	183,4	192,3	241,4

Fonte: Bradesco (2015h).

A Política de Gerenciamento de Recursos Humanos do Bradesco estabelece diretrizes sobre a forma de relacionamento entre os públicos internos e externos e indica os critérios a serem considerados nas decisões em nome da Organização. O Sistema de Gestão de Responsabilidade Social Bradesco (SGRS), baseado na Norma SA 8000, avalia as condições do local de trabalho e, abrangia em 2014, 34.061 funcionários. (BRADESCO, 2015g).

Em unidades certificadas pela Norma SA 8000, são disponibilizados caixas de sugestões, caixa postal e formulário eletrônico, além da presença dos representantes dos trabalhadores. Os funcionários e colaboradores, com opção de anonimato, podem expor preocupações ou sugestões em relação à Norma SA 8000 de Responsabilidade Social, ao Código de Conduta Ética e à Política de Gerenciamento dos Recursos Humanos, inclusive em situações de assédio ou discriminações.

Tabela 14 – Casos de Discriminação

CASOS DE DISCRIMINAÇÃO	2012	2013	2014
TOTAL	54	96	66
Analizados	54	96	66
Casos resolvidos	39	86	45

Fonte: Bradesco (2015b).

A Tabela 14 apresenta os casos de discriminação dos anos de 2012 a 2014. Em 2014, esses canais registraram 66 casos de discriminação, conforme definidos pela Organização Internacional do Trabalho (OIT). Todos os casos foram analisados e resultaram em planos de ação.

A questão da diversidade na força de trabalho é uma questão extremamente sensível, pois diz respeito não somente ao cumprimento de metas legais, mas também à conscientização de empresas inseridas em um contexto de discriminação social. Esta discriminação pode existir com diferentes intensidades, sob os aspectos idade, sexo, religião, preferência sexual e etnia.

Tabela 15 – Composição dos Grupos Minoritários

COMPOSIÇÃO DOS GRUPOS MINORITÁRIOS	2011	2012	2013	2014
Mulheres	51.266	51.013	49.781	48.279
Negros (pardos + pretos)	22.813	24.188	23.941	22.968
Funcionários com idade acima de 45 anos	13.009	14.212	15.047	15.549
Pessoas com deficiência	1.993	2.079	2.185	2.045

Fonte: Bradesco (2015b).

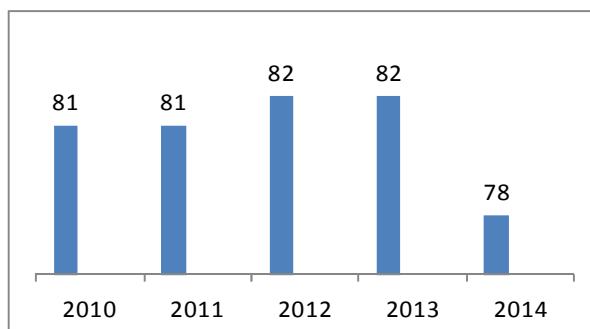
Conforme os dados da Tabela 15, no final de 2014, do total de 95.520 funcionários da Organização, 22.968 eram afrodescendentes, 47.241 eram homens e 48.279 eram mulheres. As mulheres têm ocupado cada vez posições de destaque na Organização, seja em relação a remuneração e em cargos de chefia. No quadro de funcionários, a Organização conta com 2.045 pessoas com deficiência. Existem dois programas de qualificação para essas pessoas: o Programa de Capacitação Profissional e Inclusão de Pessoas com Deficiência do Setor Bancário, da Febraban, e o Programa Bradesco de Capacitação Profissional com Ênfase na Educação Inclusiva, em parceria com a Fundação Bradesco.

Buscando aprimorar a estratégia de desenvolvimento das pessoas, e ampliar as ofertas de qualificação, o Bradesco lançou em 2013, a Universidade Bradesco (UNIBRAD), que funciona como um sistema de educação corporativa baseada em competências, promovendo um processo de aprendizagem ativo vinculado aos valores, objetivos e metas da Organização. A criação da UNIBRAD proporciona visão integrada, sinergia e identificação de oportunidades de evolução, que facilitam o mapeamento das necessidades de desenvolvimento e o direcionamento do caminho do profissional que cada funcionário deve seguir. (BRADESCO, 2015b).

Em termos de atratividade, o Bradesco figura seguidamente, entre as melhores empresas para se trabalhar no cenário nacional, o que contribui para atrair novos talentos e reter os talentos existentes no quadro funcional. (BRADESCO, 2015d). No ano de 2014, o Bradesco foi reconhecido nos principais rankings de gestão de pessoas do País:

- a) as 130 Melhores Empresas para Trabalhar – Revista Época;
- b) as 150 Melhores Empresas para Você Trabalhar – Revista Você S/A;
- c) as Melhores na Gestão de Pessoas – Valor Carreira – Jornal Valor Econômico;
- d) as Melhores Empresas para Começar a Carreira – Revista Você S/A.

Gráfico 4 – Índice de Satisfação dos Funcionários (%)



Fonte: Bradesco (2015c).

As práticas de responsabilidade socioambientais, aparentam surtir efeitos positivos para o público interno. Conforme pesquisa de satisfação realizada anualmente, o *feedback* dos funcionários com relação ao banco, vinha demonstrando leve elevação, porém, ao final do ano de 2014, a satisfação dos funcionários foi menor, caiu de 82% para 78%, conforme o Gráfico 4.

Para estimular o bem-estar da equipe, o Bradesco implantou o Programa de Qualidade de Vida Viva Bem, que promove ações como Gestação Saudável, atividades físicas por meio de parcerias com academias e orienta o nutricional. Também há o Lig Viva Bem, programa de apoio ao funcionário que oferece assistência especializada   questões pessoais e profissionais 24 horas por dia, 7 dias por semana, com liga es gratuitas e 100% confidenciais. (BRADESCO, 2015c).

Os funcionários da Organiza o possuem, ainda, uma importante fonte para aprimorar seus conhecimentos: a Biblioteca Virtual. Por esse canal,   possível consultar online resumos de livros de negócios, em temas como liderança e autodesenvolvimento. São resumos de até cinco páginas de milhares de títulos contemporâneos, sempre atualizados, escritos por especialistas referenciados pelo mercado, incluindo op es traduzidas para o português. (BRADESCO, 2015c).

Outros benefícios exclusivos para funcionários são:

- a) seguros de vida, de acidentes pessoais e assistência-funeral (com custos subsidiados);
- b) programas de educa o corporativa;
- c) lanches diários;

- d) descontos em medicamentos nas farmácias credenciadas;
- e) empréstimo social (para situações de emergência).

Muitos desses benefícios são extensivos aos dependentes, inclusive os casos em que a união decorra de relação homo afetiva estável, desde que devidamente comprovada.

4.4 Análise das Ações Socioambientais no Ambiente Externo e Interno da Organização Bradesco

O Bradesco, conhecido como o banco do planeta, direcionou nos últimos anos, as suas atenções tanto para o meio ambiente como para educação. (TEIXEIRA, 2013). Exemplo disto é a Fundação Bradesco, que nasceu com o objetivo de proporcionar educação e profissionalização de crianças, jovens e adultos com atendimento de mais de 105.000 alunos. Não possui fins lucrativos, mas tem um orçamento alto que deve ser justificado com resultados claros, inseridos num plano de metas bem estabelecido.

Para o meio ambiente, o banco manteve uma participação ativa em que se destacaram algumas ações de sustentabilidade como, as ações de investimentos socioambientais da FAS, Fundação SOS Mata Atlântica, Projeto Tamar e projetos desenvolvidos junto aos governos dos estados de Rio de Janeiro e do Amazonas.

O Bradesco assumiu papel de destaque junto à rede de empresas e organizações, constituídas em diversas ações de sustentabilidade, notadamente quanto aos: Princípios do Equador, Pacto Global, Empresas pelo Clima, Protocolo Verde - setor bancário e TI Verde. Já no âmbito da gestão interna, a instituição obteve a certificação ISO 14001 nas suas áreas administrativas, e criou também uma nova governança para o tema, atrelada ao Comitê Executivo de Eficiência, a fim de obter melhores resultados.

O banco também trabalhou muito para a comunidade. Houve incentivo e o apoio às inúmeras iniciativas que vão desde projetos próprios e de instituições parceiras, até o trabalho voluntário dos colaboradores com o objetivo de beneficiar pessoas das comunidades.

O Relatório de Sustentabilidade do Bradesco de 2014, registrou monitoramento de 114 projetos à luz dos Princípios do Equador e de Risco

Socioambiental, totalizando um volume de R\$ 8,359 bilhões. Projetos estes, que são monitorados periodicamente, a fim de garantir o cumprimento dos padrões e diretrizes aplicáveis.

Para solucionar as questões ambientais relativas aos financiamentos deferidos, o Bradesco criou em 2005, uma área específica para cuidar do assunto, a área de Responsabilidade Socioambiental. Entre as responsabilidades e atribuições dessa área, estão o delineamento de estratégias, ações, e medidas de sustentabilidade corporativa, conciliando as questões de desenvolvimento econômico e a responsabilidade socioambiental, de acordo com a Política Corporativa de Responsabilidade Socioambiental Bradesco, aprovada em 2005.

As diretrizes de Responsabilidade Socioambiental traçadas pelo Comitê Executivo estão em conformidade ao que estabelece os Princípios do Equador no tocante à concessão de crédito, ao monitoramento dos planos de mitigação de impactos e ainda a comprovação de que os fornecedores e tomadores estejam engajados em políticas de responsabilidade socioambiental.

Entre os compromissos socioambientais assumidos pelo Bradesco destacaram-se a Carta de Princípios do Equador (2004), Pacto Global (2005), Objetivos do Milênio, entre outras, que levam em consideração impactos e custos socioambientais na gestão de ativos e análises de risco.

Em função de o Bradesco ser signatário dos Princípios do Equador, as avaliações dos projetos de financiamento são feitas, observando as perspectivas financeira, econômica, social, ambiental com relação aos vários públicos envolvidos. Mesmo para projetos com valores inferiores, o Bradesco submete a padrões de sustentabilidade.

Conforme definição no site institucional do Bradesco (2015i), riscos socioambientais são:

Potenciais danos que uma atividade econômica pode causar a sociedade e ao meio ambiente. Os riscos socioambientais associados às instituições financeiras são, em sua maioria, indiretos e advêm das relações de negócios, incluindo aquelas com a cadeia de fornecimento e com os clientes, por meio das atividades de financiamento e investimento.

O Bradesco incentiva a capacitação dos seus funcionários e procura dar oportunidades a novos talentos. Os funcionários possuem diversos benefícios como

Participação nos Lucros e Resultados, Previdência Privada, Planos de Saúde e Odontológicos, Auxílio Alimentação, Auxílio-Creche, entre outros.

Um aspecto importante no comportamento socioambiental do Bradesco, é sua prática quanto à divulgação da sua performance socioambiental. A transparência da empresa quanto à sua conduta nessa dimensão é um indicador do seu comprometimento para com o desenvolvimento sustentável. Uma evidência da importância dada pelo mercado a este aspecto é a presença do critério de divulgação de informações socioambientais entre os quesitos necessários para ingresso tanto no ISE da Bovespa, quanto, no DJSI da Bolsa de Nova York. Conforme Wanjberg (2007), empresas que não divulguem informações pertinentes a estas duas dimensões teriam mais dificuldades para entrar no índice de referência de sustentabilidade corporativa.

A sustentabilidade corporativa pode estar presente em empresas do setor financeiro de diversas formas. Em alguns casos, ela se faz mais presente na criação de novos produtos com características específicas ligadas à inclusão social ou à preservação ambiental. Em outros, há maior esforço na mudança de processos existentes, como a inserção de análise de riscos socioambientais no processo de avaliação de risco de crédito ou, ainda, na utilização de critérios de sustentabilidade na seleção de fornecedores.

Considerando o grande número de fornecedores que atendem à Organização, a incorporação de aspectos sociais e ambientais na seleção de fornecedores torna-se uma questão especialmente relevante. Um prestador de serviço que esteja incumbindo aos seus colaboradores uma carga de trabalho excessiva, por exemplo, pode em última análise influir na produtividade de seus trabalhadores, na qualidade do serviço prestado e nas operações da própria instituição financeira. Deste modo, o Bradesco exige dos fornecedores certificações socioambientais e são selecionados por meio de processo que avalia, entre outros fatores, o comprometimento em relação à sustentabilidade. A base de fornecedores é monitorada periodicamente. Caso sejam identificadas informações que possam indicar risco, o Bradesco providencia relatório de posicionamento aos envolvidos, plano de ação para ajuste ou o bloqueio do cadastro do fornecedor, conforme a criticidade da restrição.

O Bradesco desenvolveu ao longo destes últimos anos, produtos com diferenciais socioambientais, como linhas de crédito, cartões de crédito, títulos de capitalização, onde parte do valor arrecado é destinado ao apoio de projetos e

entidades, e também, fundos de investimento com critérios socioambientais, onde, no mínimo, 67% do Patrimônio Líquido deve ser de ações de companhias listadas no ISE e no IGC, ambos da BM&FBovespa.

A estratégia do Bradesco quanto a inclusão social e financeira engloba: ações para ampliar a oferta de produtos e serviços a toda a base de clientes; produtos e serviços direcionados especificamente às classes sociais com menor renda; ações de acessibilidade - física ou digital; ampliação contínua da Rede de Atendimento; e ações de educação financeira. (BRADESCO, 2015f). Em outros aspectos, a estratégia da Organização Bradesco é investir em ações sociais diretamente relacionadas ao interesse em obter:

- a) maior valor agregado à imagem do banco, à marca e aos produtos e serviços. Pois, a empresa passa a ser mais admirada pelos consumidores e pela comunidade, que desenvolvem atitudes favoráveis em relação aos seus produtos e serviços;
- b) maior motivação de seus funcionários. Pois, os funcionários percebem que trabalham para uma empresa que se preocupa com o bem-estar social. Os funcionários beneficiados pelas ações sociais da empresa são mais motivados, melhoram seu desempenho, e são mais aderentes aos programas da empresa;
- c) maior capacidade de obter recursos necessários e conhecimento. As empresas que investem em ações sociais são mais admiradas também pelos funcionários em potencial, afinal, as pessoas desejam trabalhar em organizações que colaboram no desenvolvimento sustentável. Consequentemente, a empresa torna-se capaz de atrair melhores funcionários.

Por fim, o Bradesco incorporou à sua identidade corporativa, o conceito de sustentabilidade em sua visão e missão:

- Missão:

Fornecer soluções, produtos e serviços financeiros e de seguros com agilidade e competência, principalmente por meio da inclusão bancária e da promoção da mobilidade social, contribuindo para o desenvolvimento

sustentável e a construção de relacionamentos duradouros para a criação de valor aos acionistas e a toda a sociedade. (BRADESCO, 2015a).

- Visão:

Ser reconhecida como a melhor e mais eficiente instituição financeira do País e pela atuação em prol da inclusão bancária e do desenvolvimento sustentável. (BRADESCO, 2015a).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Responsabilidade Social Corporativa e a Gestão Ambiental são atualmente condicionadas pela pressão de regulamentações e pela busca de melhor reputação das empresas perante a sociedade. A sociedade atual está reconhecendo a responsabilidade ambiental e social como valor permanente, passando a considerá-la fator de avaliação e indicador de preferência para investidores e consumidores. Assim, investimentos destinados à Gestão Ambiental e à consciência da Responsabilidade Social Corporativa são aspectos que têm ajudado a fortalecer a imagem positiva das organizações diante dos mercados em que atuam, de seus colaboradores, concorrentes e fornecedores. (TEIXEIRA, 2013).

A respeito desses últimos agentes envolvidos, a teoria dos *stakeholders*, segundo Freeman (1984), apregoa a importância da análise da influência das partes interessadas no sucesso da empresa. Assim, a adoção da gestão ambiental por parte das empresas faz-se presente, pois estas buscam satisfazer os stakeholders existentes. Ou seja, uma estratégia proativa voltada à gestão ambiental requer mais que um simples ajustamento às políticas governamentais.

Ou seja, muitos investidores já consideram as questões ambientais em suas decisões, pois sabem que os passivos ambientais estão entre os principais fatores que podem corroer a rentabilidade e substâncias patrimoniais das empresas.

As empresas podem optar pela forma como irão abordar as questões ambientais e como vão expor para a sociedade a sua Responsabilidade Socioambiental Corporativa. No entanto, compreende-se que a estratégia é a melhor forma de reduzir os custos, aumentar a produtividade, sendo ecologicamente correta e apresentando aos clientes um diferencial competitivo que está conduzido por práticas de controle de poluição e produtos ambientalmente saudáveis, produzidos através de processos mais limpos, com o uso de tecnologia limpa ou renovável. (BARBIERI, 2007).

Melo Neto e Froes (2004), destacam que a responsabilidade social é uma prestação de contas da empresa para com a sociedade, relacionada ao consumo de recursos naturais que são de propriedade humana, ao consumo de capitais financeiros e tecnológicos que pertencem à sociedade e à necessidade das pessoas para que seus resultados de produção e vendas sejam conquistados. Ou seja, mais do que consciência, as empresas devem obrigações à sociedade e ao meio

ambiente, porque se utilizam de seus recursos, sejam eles naturais, financeiros ou humanos.

Somente apoiada em boas práticas de governança corporativa uma empresa pode assegurar que os interesses das diversas partes interessadas sejam preservados, e uma empresa sustentável é justamente aquela que reconhece e valoriza a sua interdependência não só com agentes internos, como os seus colaboradores, mas também com atores externos à empresa, como fornecedores e clientes. (WAJNBERG, 2007).

Ao exercer o papel de intermediador financeiro, os bancos podem ao mesmo tempo criar valor para seus acionistas. A criação de valor pela incorporação de variáveis sociais e ambientais pode acontecer por meio de uma série de mecanismos: aumento no valor de seus ativos intangíveis, como reputação e marca, que representam uma proporção cada vez maior do valor total da empresa; melhoria na atração e retenção de talentos; redução de custos graças a medidas de eco eficiência; melhor gerenciamento de riscos, que, por consequência, gera maior facilidade no acesso ao capital; e oferta de produtos e serviços inovadores, contribuindo para maior geração de receitas. (MATTAROZZI, 2008). O reconhecimento destas fontes de valor pelo setor financeiro, está cada vez mais visível nas ações das grandes empresas deste mercado, tanto internacional quanto nacionalmente. Um desses reconhecimentos pode ser visto nas conquistas de prêmios e destaques.

A escolha do Bradesco, instituição bancária, se justificou pelo fato de que:

- a) as operações do setor financeiro têm impactos significativos na economia mundial;
- b) as instituições financeiras são responsáveis por diversos tipos de serviços, como as operações financeiras de concessão de crédito à pessoas físicas e jurídicas, a movimentação de contas correntes, a movimentação do mercado acionário, emissão de títulos, entre outros, todos de grande importância para os consumidores, usuários, clientes e a sociedade em geral;
- c) as instituições financeiras podem influenciar significativamente o comportamento de empresas que destroem o meio ambiente; que realizam práticas fraudulentas no mercado de ações; que exploram trabalhadores;

coniventes com práticas de corrupção e lavagem de dinheiro; descumprem leis de proteção e defesa dos consumidores; entre outros.

O objetivo do trabalho foi de identificar as ações de responsabilidade social do ambiente externo e interno na Organização Bradesco. Dentro da análise dos dados disponíveis, a atenção maior foi dispensada aos pontos que dizem respeito à Responsabilidade Social Externa, ou seja, as ações que o Bradesco desenvolveu nas áreas sociais como: a Fundação Bradesco, Bradesco Esportes e Educação, Produtos e Serviços voltados à sustentabilidade, Inclusão Social e o Relacionamento com *Stakeholders*.

Já no ambiente interno, aquelas dirigidas especialmente aos funcionários, direta e indiretamente. Desta forma, foi feito um estudo baseado nos indicadores sociais internos, que retratassem os diversos aspectos da diversidade e qualidade no ambiente de trabalho.

Como o trabalho apresenta, a Organização Bradesco já reconheceu a importância da questão socioambiental e já reagiu, modificando visões, estruturas organizacionais e práticas de negócios, de forma a melhor incorporar o tema da sustentabilidade corporativa.

As práticas socialmente responsáveis do Bradesco, projetam a preocupação e valorização que a instituição tem com o desenvolvimento dos funcionários, das comunidades e do ambiente no qual está inserido, através de ações nas áreas de educação, saúde, meio ambiente, bem-estar social, cultura, esporte, lazer, geração de renda, desenvolvimento regional sustentável e incentivo ao voluntariado.

A responsabilidade social faz parte da estratégia do Bradesco. Sendo que a estratégia consiste num conjunto de decisões e ações de uma empresa a alcançar os seus fins e proporcionar ao cliente mais valor do que aquele que é oferecido pela concorrência.

Todavia, apesar dos diversos avanços obtidos, também foi possível identificar alguns pontos de melhoria. Dentre eles, podemos citar: a educação e conscientização dos colaboradores; aprimoramento de ferramentas; e maior transparência na divulgação de informações sobre a sustentabilidade.

É fundamental que seja reforçada a conscientização dos colaboradores quanto ao tema sustentabilidade, bem como dos demais *stakeholders*. Para que o Bradesco possa avançar em direção à sustentabilidade, a primeira tarefa seria

educar e conscientizar aqueles que são responsáveis pelo dia-a-dia nos negócios, já que sustentabilidade corporativa corresponde à inserção da responsabilidade corporativa nas atividades empresariais, e não somente em departamentos ou instituições desconectadas com atividades-fim das empresas.

Além de fazer com que os colaboradores estejam mais conscientes sobre as práticas responsáveis, é também necessário aprimorar as ferramentas atualmente utilizadas. A inserção de critérios socioambientais nos diversos processos de gestão, como avaliações de desempenho, construção de agências bancárias e avaliação de crédito para as empresas, somente será eficiente com o aprimoramento das ferramentas, não apenas baseando-se em aspectos qualitativos da sustentabilidade, mas também quantitativos. Comportamentos sustentáveis devem ser reconhecidos e ações que prejudicam a sustentabilidade da Organização devem ser apropriadamente punidas. Tratando-se de um setor da economia orientado para resultados, a dificuldade de quantificação dos benefícios da sustentabilidade poderá ser um desafio inicial, porém, não um empecilho para que a Organização avance nesse assunto.

Por último, a transparência na divulgação de informações de caráter socioambiental. Os Relatórios Anuais, Relatórios de Sustentabilidade e *websites*, possuem carência de indicadores capazes de avaliar o desempenho da Organização nas esferas social e ambiental de forma semelhante ao que se avalia o desempenho econômico. Além disso, percebe-se que diversas iniciativas de ações social e ambiental do banco não ganham correspondente divulgação e, por consequência, devido reconhecimento por parte dos consumidores, acionistas, e demais partes interessadas para as quais o comportamento social e ambiental do banco possui relevância.

Não basta simplesmente divulgar relatórios, realizar eventos pontuais ou fazer campanhas de *marketing*. É preciso que a Organização Bradesco faça um real esforço de se abrir ao diálogo e prestar contas aos *stakeholders* e sociedade em geral, sobre tudo aquilo que faz para promover a sustentabilidade, assim como, tudo aquilo que deseja fazer. Este maior nível de transparência mostrará seu real comprometimento com o tema e estimulará o engajamento da própria sociedade com a instituição.

Por fim, tendo vencido estas três barreiras, o Bradesco poderá efetivamente exercer o seu principal papel na promoção do desenvolvimento sustentável, e atuar

como indutor de mudanças. Embora o setor financeiro não tenha um elevado impacto socioambiental direto, o Bradesco pode, pela sua influência sobre os diversos atores da sociedade, plantar a semente da sustentabilidade em sua base de cliente, fornecedores e prestadores de serviços, alavancando uma mudança de postura de parte significativa da sociedade.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Margareth Panerai. **Responsabilidade Social como ferramenta de política social e empresarial**. Novo Hamburgo: Ed. FEEVALE, 2004.

ASHLEY, Patricia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005. 2010.

ASSOCIAÇÃO DOS PRINCÍPIOS DO EQUADOR. **Um referencial do setor financeiro para identificação, avaliação e gerenciamento de riscos socioambientais em projetos**. [S.l.], 2013. Disponível em: <<http://www.equator-principles.com>>. Acesso em: 13 maio 2015.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Sistema financeiro nacional**. Brasília, DF, 2015. Disponível em: <www.bcb.gov.br>. Acesso em 08 maio 2015.

BARACHO, Maria Amarante Pastor; FÉLIX, Luiz Fernando Fortes. **Responsabilidade Social e Marketing Cultural**. Fundação João Pinheiro – Centro de Estudos Históricos e Culturais. Cadernos CEHC – Série Cultura. Belo Horizonte. 2002. Nº 8. Disponível em: <www.fjp.gov.br>. Acesso em 20 maio 2015.

BARBIERI, J. C. Organizações inovadoras sustentáveis. In: BARBIERI, J. C; SIMANTO, M (Orgs). **Organizações inovadoras sustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações**. São Paulo, Atlas, 2007.

BONATTO, Aline. **Ética e responsabilidade social: um estudo comparativo do balanço social da empresa Eletrocar**. XXXI Encontro da ANPAD. Anais do ENAPAD 2007 Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APS-C2579.pdf>>. Acesso em 18 fev. 2015.

BRADESCO. **Balanço Social do Ibase**. São Paulo, 2015h. Disponível em: <<http://www.bradescosustentabilidade.com.br/site/>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

BRADESCO. **Certificações**. São Paulo, 2015g. Disponível em: <<http://www.bradescom.com.br/>>. Acesso em: 29 jan. 2015.

BRADESCO. **Inclusão financeira**. São Paulo, 2015f. Disponível em: <<http://www.bradescosustentabilidade.com.br/site/>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

BRADESCO. **Nossa história**. São Paulo, 2015a. Disponível em: <<http://www.bradesco.com.br/html/classic/sobre/nossa-historia.shtm>>. Acesso em 06 jan. 2015

BRADESCO. **O que são Riscos Socioambientais**. São Paulo, 2015i. Disponível em: <<http://www.bradescosustentabilidade.com.br/site/>>. Acesso em: 11 fev. 2015.

BRADESCO. **Prêmios**. São Paulo, 2015d. Disponível em: <<http://www.bradesco.com.br/html/classic/sobre/premios.shtm>>. Acesso em: 06 jan. 2015.

BRADESCO. **Relacionamento com Stakeholders**. São Paulo, 2015c. Disponível em: <<http://www.bradescosustentabilidade.com.br/site/>>. Acesso em 06 jan. 2015.

BRADESCO. **Relatório Anual**: 2014. São Paulo, 2015b. Disponível em: <www.bradesco.com.br>. Acesso em: 06 jan. 2015.

BRADESCO. **Relatório de Atividades Fundação Bradesco**. São Paulo, 2015e. Disponível em: <https://www.fb.org.br/Content/Download/FlipBook_RelatorioAtividadesFB_2014/index.html?pt>. Acesso em: 06 jan. 2015.

CAVALCANTI, Francisco; MISUMI, Jorge Y. **Mercado de capitais**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

CONCEICAO, Maria Zilda. **Bancos e responsabilidade socioambiental no financiamento de projetos de usinas hidrelétricas no Brasil**: um estudo de casos de 1981 a 2009. 2010. 304 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável) -- Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2010. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/8004/1/2010_MariaZildadaConceicao.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2015.

DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX. **Dow Jones Sustainability World Index Guide**. Nova York. Disponível em: <<http://www.sustainability-index.com>>. Acesso em 19 mar. 2015.

DRUCKER, P.F. **Administração de organizações sem fins lucrativos**. São Paulo: Pioneira, 2001

FEBRABAN. **Relatório Anual 2010**. São Paulo. Disponível em: <www.febraban.org.br>. Acesso em 12 abr. 2015.

FREEMAN, R. E. **Strategic management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman, 1984.

FREY, Irineu Afonso. **Sistema de Gerenciamento da responsabilidade social empresarial por meio de indicadores**. Tese doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. 2005.

FROES, C; MELO NETO, F. P. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro – da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social**. 2 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

FUNDAÇÃO BRADESCO. **Relatório de Atividades da Fundação Bradesco**. Disponível em: <www.fb.org.br>. Acesso em: 20 maio 2015.

GROSSKURTH, Jasper.;ROTMANS, Jan. **Qualitative System Sustainability Index: A New Type of Sustainability Indicator**. The Scientific Committee on Problems of the Environment – SCOPE Series 67. P. 177-191, 2007.

GUEDES, Rita de Cassia. **Responsabilidade Social e cidadania empresarial: conceitos estratégicos para a empresa face a globalização**. Dissertação (Mestrado em administração) São Paulo: PUC, 2000.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade Social das Empresas – percepção e tendências dos consumidores brasileiros**. São Paulo, 2004. Disponível em: <www.ethos.org.br>. Acesso em 03 mar. 2015.

LOURENÇO, Alex Guimarães. **Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Instituto Ethos, 2003.

MAIS VALOR PRODUZIDO. **As 50 Empresas que mais geram valor para seus públicos**. 2014. Disponível em: < <http://maisvalorproduzido.com.br/50-empresas-que-mais-geram-valor-para-seus-publicos/>>. Acesso em: 27 maio 2015.

MARCONDES, Adalberto Wodianer. **ISE – Sustentabilidade no Mercado de Capitais**. São Paulo: Report Editoria, 2010.

MATTAROZZI, Victorio. **Sustentabilidade no setor financeiro**. Gerando valor e novos negócios. 1 ed. São Paulo: Editora Senac, 2008.

MCINTOSH, Malcon et al. **Cidadania Corporativa**. Rio de Janeiro: Qualitmark, 2001.

MELLO, M.C.; LEMOS, A.D.; NASCIMENTO, L.F. **Gestão Socioambiental Estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social & cidadania empresarial: administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MELO NETO. **Gestão da responsabilidade social corporativa**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MOTTA, R. D. R.; PAIVA, L. F. **Estudo para inclusão da dimensão social à financeira e ambiental na análise de risco para concessão de crédito**. VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Gestão de Riscos para a Sustentabilidade. Rio de Janeiro, 2011.

NETO, Bolivar; RIBEIRO, Adriana. **Evolução financeira internacional, acordo de Basileia II e perspectivas do sistema financeiro brasileiro**. Regulação Bancária e Dinâmica Financeira. Campinas, 2006.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. **Empresas na Sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

OLIVEIRA, M. C.; DAHER, W. M.; OLIVEIRA, B. C. **Responsabilidade social corporativa e geração de valor reputacional**: estudo de multicaso, segundo o modelo de Hopkins, de empresas do setor energético do nordeste brasileiro. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 6, 2006, São Paulo. Anais do IV Congresso USP de Controladoria e Contabilidade. São Paulo: FEA/USP, 2006.

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

SCHWARTZ, Christian. **Assinar o cheque é só o começo da ação social**. Revista Expressão. Florianópolis, n.119, ano 12, 2002.

SOUZA, André Luiz. **Balço Social de instituições financeiras, evidencição da responsabilidade social e a relação com a cotação de ações negociadas em bolsa de valores**: um estudo multicasos. 2008. 76f. Trabalho de Conclusão de Pós Graduação (Mestre em Ciências Contábeis) – Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós Graduação da UnB, UFPB e UFRN, João Pessoa, 2008. Disponível em: < http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/2806/1/2008_AndreLuizDeSouza.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2015.

TACHIZAWA, Élio Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócio focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2008.

TEIXEIRA, Carlos Alberto Chagas. **A rede de empresas voltada à viabilização de ações estratégicas de sustentabilidade em grandes bancos privados atuantes no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Administração). São Caetano do Sul: USCS / Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2013.

TINOCO, J. E. P. **Balço social**: uma abordagem da transparência e da Responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.

VEIGA, José Eli. **Desenvolvimento Sustentável**: o desafio do século XXI. 3 ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

WANJBERG, Daniel. **Sustentabilidade Corporativa no Sistema Financeiro Brasileiro**. Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <www.fbds.org.br> . Acesso em: 15 mai 2015.

ZYLBERSZTAJN, D. **A organização ética**: um ensaio sobre as relações entre ambiente econômico e o comportamento das organizações. Working paper. São Paulo: FEA/USP, 2000.