

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

AVALIAÇÕES SOBRE AS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
ESTUDO DE CASO NO BANCO DO BRASIL

MARIA DA CONCEIÇÃO SPOHR

Porto Alegre, 2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS

**ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO**

**AVALIAÇÕES SOBRE AS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
ESTUDO DE CASO DO BANCO DO BRASIL**

MARIA DA CONCEIÇÃO SPOHR

**Monografia do Curso de Especialização em Gestão de
Negócios Financeiros apresentada ao Programa de Pós-
Graduação de Administração da Universidade Federal do
Rio Grande do Sul.**

Orientadora: Professora Dra. Rosinha Carrion

Porto Alegre, 2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

A MONOGRAFIA: AVALIAÇÕES SOBRE AS PRÁTICAS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL DO BANCO DO BRASIL

Elaborada por: MARIA DA CONCEIÇÃO SPOHR

Foi aprovada por todos os membros da Banca Examinadora e homologada como pré-requisito à obtenção de aprovação no curso de especialização de gestão em negócios financeiros.

Data: _____ / _____ / _____

Nota Final: _____

Banca Examinadora:

Prof.(a) – Nome: _____

Assinatura: _____

Prof.(a) – Nome: _____

Assinatura: _____

Prof.(a) – Nome: _____

Assinatura: _____

**“Quem não compreende um olhar,
tampouco compreenderá uma longa
explicação”.**

Mário Quintana

AGRADECIMENTOS

À professora Rosinha Carrion, por sua habilidade na orientação e condução dos trabalhos.

À professora Francielle Molon da Silva, por seu entusiasmo, conhecimento e auxílio incansável na elaboração do trabalho.

Ao meu esposo Marcos, com quem aprendi, que não importa onde cheguei, mas para onde estou indo.

Aos meus filhos Ingrid e Mateus, que mesmo na distância foram presença constante e alento na minha vida.

Aos amigos Clênio e Ignês, pela acolhida em minha vinda à Belém, aos quais devo muito.

Aos amigos Rejane e Pedro, pela alegria que me proporcionaram ao permitirem que Pietra fosse minha afilhada, aqui em Belém do Pará.

Às grandes amigas Elizabet, Rosane e Jacira, a família que Deus me permitiu escolher.

Agradeço a Deus o dom da vida.

RESUMO DO TRABALHO

Gerar resultados econômicos já não é o bastante para as empresas, que devem, também, considerar as necessidades sociais e ambientais. O tema abordado neste trabalho refere-se ao estudo de caso sobre o Balanço Social como instrumento de divulgação das ações de responsabilidade social e ambiental das empresas, com ênfase no demonstrativo publicado pelo Banco do Brasil em 2006.

O objetivo principal é verificar se o Balanço Social é um instrumento capaz de demonstrar a prática da responsabilidade social e ambiental no Banco do Brasil, sob a luz da bibliografia existente, e ainda, verificar se desperta o interesse do público interno, com uma pesquisa junto a um grupo de funcionários da instituição na agência Nazaré em Belém do Pará.

O trabalho é apresentado de forma descritiva, relatando resultados de pesquisas realizadas através de fundamentação bibliográfica, informações telematizadas, sob enfoque de abordagens teórico-conceituais e ainda um questionário dirigido. Além disso, o trabalho enumera as ações sociais do Banco do Brasil, voltadas para a responsabilidade social e ambiental, como um diferencial da instituição.

SUMÁRIO

RESUMO	5
SUMÁRIO	6
TABELAS	8
1 INTRODUÇÃO	9
2 EMPRESA E O MEIO AMBIENTE	13
2.1 O Alvorecer da Consciência Ecológica	13
2.2 Em Busca da Excelência	15
2.3 Ganhos x Perdas da Responsabilidade Ambiental	16
3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES	17
3.1 Influência da Empresa sobre a Sociedade	18
3.2 Razões da Responsabilidade Social	19
3.3 Administrando a Responsabilidade Social	20
3.4 Prós e Contras da Atuação Responsável	21
4 BALANÇO SOCIAL	25
4.1 Conceito de Balanço Social	25
4.2 Origens do Balanço Social	27
4.3 O Balanço Social no Brasil	29
4.4 Objetivos do Balanço Social	30
5 METODOLOGIA	34
5.1 Objeto do Estudo	34
5.2 Processo Metodológico	40
5.3 Definição da População e da Amostra	41
5.4 Elaboração de um Instrumento de Coleta de Dados	41
5.5 Pré-teste do Questionário	42
5.6 Coleta de Dados	42
5.7 Tratamento de Dados	43
5.8 Limitações do Método	44
6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	45
6.1 Balanço Social do Banco do Brasil	45

6.2 Avaliação das Práticas Sociais Responsáveis do Banco do Brasil	47
6.3 Análise Quali-quantitativa	48
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
Anexo 1 Instrumento de Levantamento de Dados – Pré-teste	57
Anexo 2 Termo de Consentimento	59
Anexo 3 Instrumento de Levantamento de Dados	60
Anexo 4 Balanço Social Anual/2006 do Banco do Brasil	62
ABREVIATURAS	66
BIBLIOGRAFIA	67

TABELAS

	Página
Tabela 1 - Perfil do entrevistado (questões fechadas)	48
Tabela 2 – Quanto à avaliação dos colaboradores sobre as políticas de RSA do BB (questões abertas)	53

1. INTRODUÇÃO

As demandas de um mundo globalizado exigem que as empresas ultrapassem as fronteiras da geração de valor econômico e assumam a sua parcela de responsabilidade diante das carências sociais. Para isso, é necessário que elas estejam engajadas em um modelo sustentável de responsabilidade social, devendo estar inserido dentro da estratégia empresarial, a fim de transformar e consolidar seus programas sociais em processos, aliando qualidade, produtividade, desempenho e melhoria contínua através de um bom relacionamento dentro da empresa e com a comunidade (Silva, 2004). Porém, a comunidade necessita de informações sobre a atuação das empresas e nesse sentido tem-se utilizado do Balanço Social como instrumento para apresentar seu desempenho econômico e sua contribuição social (Perottoni e Cunha, 1997).

Segundo o Instituto Ethos (2003) a noção de responsabilidade social empresarial decorre da compreensão de que a ação das empresas deve, necessariamente, trazer benefícios para a sociedade, propiciar a realização profissional dos empregados, proporcionar benefícios sociais para os parceiros e para o meio ambiente e trazer retorno aos investidores.

Alguns autores afirmam que existem diferentes estágios de conscientização da necessidade de publicação do Balanço Social. Num primeiro estágio, o interesse da empresa na publicação do Balanço Social se dá por adesão voluntária. Num segundo estágio, há uma obrigatoriedade da publicação do Balanço Social. E num terceiro estágio, de nível de conscientização mais alto, temos a institucionalização do Balanço Social como prática de cidadania empresarial e de estratégia social (Melo Neto e Froes, 1999).

Drucker (1976) convoca os administradores das empresas a assumirem a responsabilidade pelo bem comum - sejam ou não competentes - pois ele entende que em uma sociedade pluralista de organizações, o governo já não é mais capaz -

como ainda querem as teorias políticas - de ser o “soberano” e o guardião do bem comum. Os impactos sociais e as responsabilidades precisam ser administrados.

Assim a evidenciação da responsabilidade social e a sua colocação nas demonstrações financeiras tem sido a prática adotada pelo Banco do Brasil, com uma nova abordagem de negócios lucrativos sustentáveis, procurando melhorar a qualidade de vida dos mais carentes, respeitando a diversidade cultural através da gestão responsável de negócios, sem comprometer os rendimentos da empresa.

Como questões principais que norteiam este trabalho temos: Qual o grau de compreensão e avaliação dos colaboradores do Banco do Brasil quanto às políticas de responsabilidade social da sua empresa? Para os colaboradores do BB o Balanço Social realmente evidencia o exercício da responsabilidade social? E para o colaborador do BB a única obrigação do Banco é auferir lucro ou o BB está contribuindo para a melhoria das condições sociais nas comunidades onde atua?

Portanto, este trabalho visa apurar o conteúdo do Balanço Social do Banco do Brasil e em uma análise verificar se as evidências apresentadas nessa demonstração são capazes de comprovar o exercício da responsabilidade social da instituição e averiguar a atuação do Banco do Brasil como empresa socialmente correta, capaz de retornar à sociedade não somente produtos e serviços bancários, mas também ações de cunho social. Buscamos ainda aferir a visão e avaliação dos funcionários do Banco do Brasil, Agência Nazaré em Belém (PA), sobre a estratégia de responsabilidade socioambiental da empresa.

E apresentamos como objetivos específicos:

- a) Examinar o Balanço Social do Banco do Brasil, ano 2006 identificando as práticas de responsabilidade socioambiental, com as teorias apresentadas na bibliografia existente;
- b) Verificar a avaliação dos funcionários do Banco do Brasil Agência Nazaré, em Belém do Pará, sobre a estratégia de responsabilidade socioambiental da empresa.

A pesquisa a ser empreendida, classificar-se-á como exploratória, onde segundo Gil (1988) ela visa proporcionar maior conhecimento dos temas abordados na revisão da literatura. Já o procedimento metodológico a ser adotado será o estudo de caso, em função do caráter qualitativo da pesquisa. O instrumento de levantamento de dados usou 17 (dezesete) questões, sendo que 5 (cinco) destinam-se a classificar o perfil do colaborador entrevistado e as demais em número de 12 (doze) a investigar como os colaboradores da agência Nazaré vêem e analisam as políticas de responsabilidade social da empresa.

As entrevistas foram realizadas no período de 15/05 a 10/06, sendo em média entrevistado 2 (dois) colaboradores por dia. Tempo médio da entrevista: 15 minutos. Os colaboradores foram informados do trabalho e assinaram o termo de consentimento (anexo 2) no início da entrevista. Também foi liberado um tempo para o funcionário exercitar seu direito de opinião sobre a empresa.

As técnicas utilizadas para coleta de dados foram: pesquisa documental, na qual inclui a revisão de dados do Balanço Social 2006 bem como conhecer a atuação da empresa; observação, para complementar os dados coletados através das entrevistas; entrevistas realizadas através de roteiro semi-estruturado e aberto; e análise quali-quantitativa, onde os dados quantitativos sofreram tratamento estatístico enquanto os dados qualitativos foram avaliados a luz da revisão bibliográfica.

A agência objeto de estudo possui 34 colaboradores. Foram considerados 20 funcionários como população-alvo, uma vez que se definiu como critério de inclusão na pesquisa, a segmentação de cargos. Ao final, a amostra abrangeu 2 colaboradores do cargo administrativo, 10 colaboradores do cargo gerencial operacional e 8 do nível básico. Os entrevistados foram caracterizados com uma letra, por exemplo: administradores "A", gerencial "G" e operacional "O".

O instrumento utilizado (anexo 1) para o levantamento de dados da pesquisa foi um questionário misto, com perguntas abertas ou fechadas. As perguntas visam conhecer primeiro o perfil do colaborador entrevistado e após, sua avaliação quanto às políticas de Responsabilidade Social. Foi efetuado um pré-teste

a fim de testar sua validade, para não incorrerem em perguntas ambíguas e mal formuladas e principalmente para verificar se o questionário era entendível.

As entrevistas foram realizadas em contato direto com o colaborador, procurando esclarecer o objetivo da pesquisa, somando ao questionário o relato verbal do informante. Efetivada a coleta de dados, leitura das observações e anotações dos entrevistados no momento da entrevista e após a compilação dos dados. A análise e interpretação dos dados apresentar-se-ão no capítulo 6.

Os principais aspectos a serem abordados no trabalho são: 1º contextualizar o tema da gestão social e ambiental na atualidade; 2º responsabilidade social como um diferencial das empresas; 3º Indicadores de responsabilidade social do Banco do Brasil; e 4º avaliações quanto a responsabilidade social do Banco do Brasil, pelos funcionários da Agência Nazaré, Belém (PA).

2. EMPRESA E O MEIO AMBIENTE

A adoção de princípios e ações de gestão compatíveis com os ideais de sustentabilidade e responsabilidade social e ambiental têm se tornado o grande desafio para um número crescente de empresas.

De acordo com Drucker (1977), não se pode afirmar que uma empresa tenha como responsabilidade apenas o desempenho econômico; mas esta é sua primeira responsabilidade. A empresa que não trabalha para obter lucro pelo menos igual ao custo do seu capital é irresponsável, pois desperdiça recursos da sociedade. Para o autor, seria justo e natural que os mesmos grupos de liderança que foram responsáveis pelo êxito em prover as quantidades para a vida assumam agora à responsabilidade de prover também a qualidade de vida.

2.1 O alvorecer da Consciência Ecológica

De acordo com Souza (1993), o enfoque na qualidade de vida dos indivíduos, até recentemente era uma questão não considerada. Até o final da década de 60, o desenvolvimento e o crescimento econômico eram os pontos mais importantes. A mensuração do crescimento econômico era *per capita*, de acordo com o incremento do produto real. O meio ambiente não constava da agenda das empresas e da sociedade (Meadows, 1973).

Em algum momento, porém, o desenvolvimento econômico passou a ser acompanhado por indicadores que buscam a qualidade de vida dos indivíduos; diminuição dos níveis de pobreza, desenvolvimento e desigualdade de condições

sócio-econômicas, elevação das condições de saúde, nutrição, educação e moradia (Meadows, 1973).

Só no final dos anos 60 e começo da década de 70, iniciou-se o chamado “despertar da consciência ecológica”, surgindo os primeiros “movimentos verdes”. Assim foi-se tomando consciência de que é ineficaz querer aumentar a renda e o bem-estar sem levar em conta os custos dos danos causados ao meio ambiente (Campos, 1996).

O primeiro grande encontro internacional que iniciou a “onda verde” foi a reunião do Clube de Roma, em 1970. No ano seguinte, resultado desta reunião foi editado um informe sobre “Limites de Crescimento” (Souza, 1993). O estudo em questão mostra que a persistir as taxas de crescimento demográfico e econômico do mundo, efeitos catastróficos ocorrerão em meados do próximo século, tais como: envenenamento geral da atmosfera e das águas, escassez de alimentos, bem como o colapso da produção agrícola, decorrentes do esgotamento de recursos não renováveis (Meadows, 1973).

O ponto de partida, porém, para a conscientização do cidadão comum, somente aconteceu em 1992. A primeira Conferência das Nações Unidas, realizada em Estocolmo, reuniu representantes de governos de muitos países para discutir se havia mesmo necessidade de tomar medidas para conter os fatores responsáveis pelos danos ao meio ambiente. A partir desta Conferência, também, surgiu um grande número de ambientalistas e as primeiras Organizações Não Governamentais – ONG's.

Outros eventos se sucederam, como a Assembléia Geral da Organização das Nações Unidas - ONU, em 1987, onde foi apresentado o Relatório da Comissão Brundtland, com o tema: Desenvolvimento Sustentado; a Conferência sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento “Rio 92”, com dois documentos: A Carta da Terra e Agenda 21. A Carta da Terra, também conhecida como Declaração do Rio, de acordo com Souza (1993), visa “,,estabelecer acordos internacionais que respeitem o interesse de todos e protejam a integridade do sistema global de ecologia e desenvolvimento.” A Agenda 21 reflete a conscientização global e o compromisso

político com o desenvolvimento e a preservação ambiental e aponta a indispensável participação dos governos (Agenda 21,1992).

Um ponto importante a ser lembrado é que, a cada evento, o interesse e a participação das pessoas é crescente. Isto é um aviso inequívoco da sociedade que, com a conscientização, o conhecimento da gravidade e a urgência do problema ambiental, enseja uma tomada de atitude. Atitude esta, que numa sociedade organizada e democrática, pode significar um sério empecilho para a continuidade de atividades que agridam o meio ambiente (Souza e Soares, 2006).

2.2 Em Busca da Excelência

A certificação ambiental começou em 1977 com uma iniciativa alemã conhecida como o selo Anjo Azul. Este selo é reconhecido como a primeira experiência dos assim chamados “Rótulos Ecológicos”. Essa experiência tornou-se um marco na história da certificação de produtos com finalidades sociais (Souza e Soares, 2006).

A ISO - *International Standardization Organization* (Organização Internacional para Normalização), com sede na Suíça, representada no Brasil pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT, tem o objetivo de padronizar procedimentos, medidas e materiais, ou seu uso, que reflitam um consenso internacional no domínio de todas as atividades, exceto no campo eletrônico.

Enquanto a ISO 9000 aborda os aspectos da qualidade total, a ISO 14000 é uma série de normas para o Sistema de Gestão Ambiental da empresa, voltadas para a prevenção de eventos nocivos ao meio ambiente. A adesão às normas preconizadas pela ISO 14000 favorece a colocação de produtos no mercado internacional, principalmente nos países desenvolvidos, onde a exigência dos consumidores quanto à questão ambiental, é crescente, o que torna a adequação do Sistema de Gestão Ambiental às regras da ISO 14000 uma necessidade (Maimon, 1999).

2.3 Ganhos x Perdas da Responsabilidade Ambiental

Embora seja muito difícil quantificar os ganhos do exercício da responsabilidade ambiental, pois se encontram diluídos nos demonstrativos contábeis da empresa, está fora de questão negar a sua existência. Aos profissionais da contabilidade cabe a tarefa de criar mecanismos de cálculo e segregação dos números envolvidos, para melhor comunicar a sociedade sobre a atuação ambiental da empresa (Martins e de Luca, 1993).

Nas negociações de empresas - compra e venda – a identificação do Passivo Ambiental tornou-se um quesito elementar, dada a responsabilidade que poderá ser imputada aos novos proprietários pelos efeitos nocivos ao meio ambiente provocados pelo processo operacional da companhia ou pela forma como os resíduos poluentes foram tratados, independente da pessoa que figure ou que figurou como proprietário na ocasião em que o fato gerador da penalidade ocorreu, em caso de descoberta posterior ao momento da negociação. E isto pode gerar significativos impactos no fluxo financeiro e econômico da organização (Mcintosh et al, 2001).

As instituições financeiras também estão atentas ao passivo ambiental das empresas e, em alguns países, evitam a concessão de crédito àquelas que apresentam qualquer risco potencial ao meio ambiente. A análise ambiental é prioritária em qualquer operação (Martins e de Luca, 1993).

3. A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES

A responsabilidade social das empresas é uma questão em destaque na atualidade, mas necessitamos definir o quê isso significa do ponto de vista da sociedade. Embora haja formas diversas em apresentar o tema, há sempre quem defina que a atuação da empresa de maneira responsável em relação à sociedade é: “a decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce” (Melo Neto e Froes, 1999 p.78).

Entretanto, apoiar a comunidade através de ações sociais e ocupar-se com a preservação ambiental já não é o bastante. A empresa, ainda que cumpra todas as exigências legais, não pode, somente por isso, ser considerada socialmente responsável. “É necessário extrapolar o prescrito na lei ou a mera ação filantrópica para adquirir a condição de empresa responsável” (Queiroz et al 2004).

Promover o bem-estar dos seus funcionários e dependentes, trabalhar no desenvolvimento dos seus fornecedores, tratando-os como parceiros em busca de um objetivo, manter uma comunicação transparente com a comunidade interna e externa, garantir o retorno dos investimentos aos acionistas, assegurar a satisfação de seus clientes e consumidores, preservar o meio ambiente, são alguns indicadores do exercício de responsabilidade social pela empresa (Melo Neto e Froes, 1999).

Silva e Freire (2001) afirmam que a prática reduzida da responsabilidade social também encontra lugar nas dificuldades inerentes de definir, de forma clara e universal, como evidenciá-la.

3.1 Influência da empresa sobre a sociedade

Segundo Silva (2001) as atividades empresariais influenciam a sociedade de diversas formas: fornecedores, investidores, empregados, organizações dos empregados, tais como sindicatos e o meio ambiente. Atinge de forma positiva ou negativa a sociedade humana e o ambiente em que está inserida, transformando-o, especialmente se considerarmos projetos de grande magnitude.

Mcintosh et al (2001) ressaltam que os negócios das empresas têm um impacto sobre a comunidade local, pois absorvem mão de obra gerando empregos; injetando recursos pelo pagamento de salários; ocasionando um incremento do comércio local, causam aumento da renda da população envolvida, exigem determinada formação, o quê pode influenciar na busca por conhecimento, geram parcerias, desenvolvem as habilidades e oportunidades para sua equipe de funcionários e produzem várias formas de retorno à comunidade tais como: geração de impostos e contribuições sociais; construção de infra-estrutura e até mesmo poluição do meio ambiente.

Em nível nacional, conforme Queiroz et al (2004) as empresas também proporcionam alterações de maior ou menor porte, dependendo da capacidade instalada, das quais enumeramos: geração de empregos diretos ou indiretos; injeção de recursos pelo pagamento de salários, diretamente ou através de seus fornecedores; geração de impostos e contribuições sociais; consumo de recursos naturais, renováveis ou não, como energia, matéria prima e outros; oferta e movimentação de produtos de sua linha de produção, no caso de indústria; poluição do meio ambiente, como por exemplo, com produtos não recicláveis ou não biodegradáveis.

Nem sempre estamos cientes, de acordo com Queiroz et al (2004), mas as ações das empresas podem e certamente repercutem em nível mundial, através da: movimentação de matéria prima entre nações, quando as empresas fornecem ou consomem produtos para ou de outros países; movimentação de recursos financeiros, especialmente se as empresas exercem atividades em mais de um país; exportação e importação de produtos acabados; geração de impostos de importação

e exportação; geração de empregos, notadamente na área de transportes e serviços relacionados ao comércio exterior; poluição gerada por seus produtos exportados, nas comunidades onde forem consumidos.

As atividades das empresas, como a percebemos, têm um alcance muitas vezes ignorado, especialmente quanto à questão social e ambiental. Resta saber o quanto os empresários estão conscientes da responsabilidade de seus atos perante a sociedade.

3.2 Razões da responsabilidade social

Quais as razões ou a necessidade da adoção de responsabilidade social por parte das empresas? Há quem acredite que seja apenas um modismo, algo passageiro, como afirma Allan Cohen, reitor da escola de negócios americana Babson College (Exame 1999), na constatação de que a preocupação social tem o seu próprio ciclo. Hoje está em alta e amanhã deverá estar em baixa,

Melo Neto e Froes (1999, p. 81), apresentaram as opiniões de um empresário sobre a responsabilidade social, publicadas no jornal Gazeta Mercantil (18/09/97), onde ele aponta o fato da empresa consumir recursos naturais, renováveis ou não, que são patrimônio gratuito da comunidade, utiliza capitais financeiros e tecnológicos que no fim da cadeia pertencem as pessoas físicas e também utiliza a capacidade de organização do Estado que a sociedade lhe viabiliza como parte das condições de sobrevivência. Assim a empresa que gira em função da sociedade e do que a ela pertence, deve, em troca, no mínimo prestar-lhe contas da eficiência com que usa todos esses recursos. Ao utilizá-los, a empresa assume uma dívida com a sociedade.

O funcionamento e o desempenho da empresa se devem, conforme destacam Silva e Freire (2001) além da capacidade empreendedora e gerencial dos seus administradores, a uma decisiva participação da sociedade, que contribui com diversos fatores, tais como: recursos naturais; capitais financeiros; capacidade de

trabalho e conhecimento tecnológico das pessoas, além da infra-estrutura patrocinada pelo Estado, que é uma organização viabilizada pela comunidade.

Drucker (1999) afirma que a responsabilidade social é, portanto, uma obrigação da empresa, contraída pela utilização de meios pertencentes à sociedade. Se a empresa se torna possível com a utilização de recursos da sociedade ou de alguma forma só consegue existir graças a ela, é natural que dê em troca algo mais que mercadorias. O pagamento dessa dívida se concretiza pelo investimento no social, na preservação e renovação da natureza, além da geração de empregos, produtos e impostos.

3.3 Administrando a responsabilidade social

Segundo Melo Neto e Froes (1999), existindo um compromisso com a responsabilidade, a empresa deve assumir sua administração, o que ultrapassa ao mero gerenciamento de recursos para formação de resultados. Além dos acionistas, há uma equipe de funcionários com seus familiares e um público externo; a comunidade onde a empresa se encontra instalada. As demandas sociais dos empregados exigem diversas ações no exercício da responsabilidade, tais como: remuneração digna, assistência médica e odontológica, participação nos lucros, previdência privada, qualificação dos empregados com programas de treinamento para o trabalho e investimentos na formação integral do funcionário. Deve, além disso, possibilitar a empregabilidade de seu pessoal, independente do futuro da empresa. Quanto ao público externo, destacam a comunidade como foco das ações tais como: doações de materiais, equipamentos as escolas ou de assistência social, programas de voluntariado com funcionários treinados pela empresa, fornecedores e demais parcerias com ONGs e o governo, bem como investimentos em projetos de preservação ambiental.

Assim as diversas “razões da existência” de uma empresa já não são exclusivamente domínio da “esfera privada” do empresariado. As empresas são patrimônio privado cujo desempenho passa a ser avaliado socialmente. Tais razões podem ser assim resumidas, conforme Silva e Freire (2001, p.65):

Ao proporcionar produtos e serviços, a empresa se defronta com as necessidades e expectativas de fornecedores e clientes onde a base hoje é a ética; ao ser fonte de emprego, deve considerar as organizações sindicais, avaliar o mercado e suas imposições tecnológicas, dialogar com os órgãos públicos que implementam as políticas de emprego; ao ser uma organização social, mesmo com finalidades econômicas não deve ignorar a existência da legislação do trabalho e do meio ambiente, para que oriente suas atividades para a promoção da qualidade de vida; ao ser criadora de riqueza, espera-se dela que se mantenha competitiva, cresça e gere altos dividendos para os acionistas, mas também que promova o desenvolvimento econômico e social do território onde atua.

Portanto vale a pena lembrar conforme Silva e Freire (2004) a cobrança de várias instituições de preservação da natureza, para que as empresas privadas reduzissem o impacto ambiental e a própria Constituição de 1988, que representou grandes avanços nas questões sociais e ambientais. Destacamos a atuação de apoio a programas educacionais, esportivos, ambientais e culturais nos últimos anos, de empresas nacionais, como o Banco do Brasil, Usiminas, Natura e O Boticário.

3.4 Prós e contras da atuação responsável

De acordo com Melo Neto e Froes (1999) uma atuação responsável de maneira consistente e continuada, pode se materializar em compensações para a empresa e, até mesmo, ser um fator de competitividade. Os benefícios gerados pelo exercício da responsabilidade e da ética são muitos e tendem a se concretizar como excelentes oportunidades de negócios. Entre eles citamos: melhoria de imagem junto à comunidade e mercado consumidor; maior comprometimento dos funcionários com os objetivos da empresa; maior engajamento e desempenho dos parceiros, fornecedores e distribuidores; melhor aceitação da marca pelo consumidor, o que se traduz em maior competitividade com a concorrência; facilidades de relacionamento com o governo; fidelização da clientela e perspectiva de maior retorno para os acionistas.

Em contrapartida, uma atuação pouco responsável, ressaltam Queiroz et al (2004) tanto no ambiente interno como externo, pode representar perda de imagem e prejuízos dos mais variados. São consequências cada vez mais presentes para empresas que buscam o lucro sem se importar com os meios empregados. No ambiente interno, as reações negativas mais imediatas são: deterioração do clima

organizacional, com surgimento de conflitos; falta de motivação dos funcionários para com os objetivos da empresa; fuga de talentos; perda de qualidade e produtividade no trabalho; diminuição da segurança e aumento de acidentes de trabalho; absenteísmo ou atrasos; possibilidade de paralisações.

Mais do que uma atitude politicamente correta, a responsabilidade social, se caracteriza como um catalisador para realização de negócios. Numa sociedade organizada, globalizada e competitiva, o consumidor tem muitas possibilidades de escolha e, portanto, um considerável poder de barganha pela chamada cidadania empresarial, por meio de recompensas ou pressões (Souza e Soares, 2006).

A Revista Exame, uma revista de negócios, voltada às questões empresariais no Brasil, apresentou alguns exemplos bastante significativos no ano de 1999, em relação à temática abordada. A empresa sueca Boxman, por exemplo, que vende CDs pela internet, estreou seu site na Finlândia com um show do grupo *Ace of Base*. Unindo tecnologia e causa social, a Boxman comprometeu-se a doar para a luta contra o câncer um marco (cerca de 20 centavos de dólar) por cada disco vendido. Em apenas uma semana, abocanhou 10% das vendas de CDs da Finlândia.

Outro exemplo é que as autoridades sanitárias americanas descobriram uma bactéria num dos sucos da fábrica Odwalla e comunicaram à direção da empresa que os testes definitivos sairiam em uma semana. A fábrica decidiu não esperar, recolheu todo seu estoque de suco dos supermercados. As vendas caíram a zero e os analistas foram unânimes em considerar que a empresa estava acabada. Em um ano, beneficiando-se de sua postura ética, a empresa recuperou 100% das vendas.

E, ainda destacou que uma refinaria na Austrália preocupava-se com o alto índice de absenteísmo. Quando decidiu participar de um fundo comunitário, acrescentou um item: para cada dia de ausência dos trabalhadores seria reduzida a porcentagem de doações. Em poucos meses, as faltas caíram ao menor nível da história da empresa.

A mesma revista (Revista Exame, 1999), trouxe exemplos de algumas pressões exercidas pela sociedade, tais como: atos antiéticos ou criminosos praticados por trabalhadores custam em indenizações mais de 400 bilhões de dólares por ano às empresas dos Estados Unidos, segundo o *Ethical Leadership Group* (Grupo de Liderança Ética), fundado em 1993 pelo teólogo Steve Priest. Na Alemanha foi aprovada uma lei para impor às empresas automobilísticas uma taxa pelo ciclo de vida dos carros, apelidada de *take-back* (pegar de volta). Ou seja, a empresa tem que se preocupar com o que vai ser feito do veículo, no final da sua vida útil. (Esse custo pode acabar se tornando uma oportunidade, como já é comum na indústria eletrônica. A *Digital Equipment* lucra uma segunda vez ao vender computadores recauchutados para países em desenvolvimento; a Xerox vende por preços mais baixos copadoras refabricadas). Em maio de 1997, o fundo de pensão que controlava 1% das ações da Shell pediu uma resolução em assembléia que obrigasse a companhia a ter auditoria independente para suas políticas de direitos humanos e ambientais. O motivo eram acusações de que a Shell tinha relações políticas com a repressão militar na Nigéria, além de provocar danos ao meio ambiente. A moção foi derrotada, mas teve apoio de 10% dos acionistas, com 6% de abstenções. E, em 18 de outubro de 1997 foi o dia mundial de ação contra a Nike, o ápice de uma campanha de denúncias de utilização de trabalho infantil, salários indecentes e condições insalubres em algumas fábricas asiáticas que forneciam tênis para a Nike. O escândalo ajudou a derrubar o valor das ações da empresa e provocou uma reestruturação na sua política de alianças, incluindo a criação de um departamento para monitorar as fábricas associadas.

Com base no acima exposto, podemos acrescentar que “existe uma consciência cada vez maior de que não basta olhar para os resultados das empresas – é necessário olhar para como eles são gerados”, conforme afirma José Monforte, presidente do Instituto de Governança Corporativa, o qual lembra também que os fatores socioambientais interferem de forma nítida no desempenho das empresas e que muitas companhias já inserem esses critérios no planejamento estratégico da empresa (Revista Época Negócios, 2007 p. 60).

Todavia, de acordo com Vicctorazzi (2004), esta forma de ver e entender a responsabilidade social das empresas, em questões sociais, já começou a ser questionada pela opinião pública, principalmente porque nada garante que uma empresa, ao possuir um programa de cunho social, seja considerada cumpridora de seu papel social. Os investimentos realizados podem ser menores do que os impactos negativos de sua atividade causados á sociedade, o que ocorre quando a empresa apenas quer reforçar sua imagem corporativa enquanto danos maiores como a poluição de rios, participação em processos corruptos, utilização de mão de obra infantil, trabalho escravo são camuflados ou então vistos como amenizados, devido às ações sociais que realiza. Isto fica evidente ao tomar como exemplo a Petrobrás, empresa que, mesmo aplicando recursos em projetos sociais ligados à educação e cultura, não pode ser considerada socialmente responsável, haja vista, os vários acidentes com derramamento de óleo.

4. BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. Definição que consta no site <balancosocial.org.br> e que ressalta ainda que é um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

A proposta da Comissão Valores Mobiliários CVM, apresentada em 1997, na forma da instrução da CVM, de acordo com o site da instituição, dispõe sobre a elaboração e a divulgação, pelas companhias abertas, de informações relativas ao Balanço Social. Este balanço inclui estrutura e conteúdos específicos, apresentados por meio de indicadores laborais representando as práticas de Responsabilidade Social Empresarial.

Algumas definições atualmente disponíveis para o instrumento Balanço Social, sua evolução e práticas já adotadas em outros países e mesmo no Brasil são apresentadas neste capítulo.

4.1 Conceito de Balanço Social

A palavra balanço, aplicada na linguagem corrente, conforme Kroetz (2000) é extensiva a toda forma de inventário em um dado momento, de um conjunto qualquer de elementos considerados como positivos e de outros considerados negativos.

Gonçalves (1980) explica que Balanço Social é o instrumento gerencial constituído por um processo que abrange planejamento, execução, acompanhamento e avaliação das ações sociais de cada empresa, de forma a sistematizar a sua gestão social.

Ainda Danziger (*apud* Martins, 1999, p.6), conceitua: "O Balanço Social é uma necessidade de gestão e resposta a uma demanda de informação". E esse instrumento apresenta um duplo sentido: em linhas gerais, ele fornece um quadro de indicadores a um grupo social, que após ter sido um simples fator de produção, se encontra promovido à condição de parceiro dos dirigentes da empresa. E, quando se fala na questão do funcionamento da empresa, o balanço social serve de instrumento de gerenciamento no mesmo nível que os relatórios financeiros. Os trabalhadores se encontram associados à elaboração e à execução de uma política que os liga ao principal dirigente.

O conceito aqui proposto por Lorenzo et al. (1997) define o balanço social, para os trabalhadores, como instrumento de avaliação de sua situação social. Para os dirigentes é um parâmetro para a gestão de recursos humanos, já que fornece subsídios sobre os efeitos das políticas da empresa no setor.

Si considera balance social al informe que emite una organización, cuya finalidad es brindar información metódica y sistemática referida a la responsabilidad social asumida y ejercida por ella. Constituye una herramienta para informar, planificar, evaluar y controlar el ejercicio de dicha responsabilidad. Su conocimiento es de utilidad para directivos, trabajadores, sindicatos, estado, universidades y público en general. En él se encuentra temas concretos que permiten reflexionar y elaborar propuestas para ayudar a concebir y perfeccionar cualquier organización. (Lorenzo, et al., 1997, p. 21).

Nesta definição, o balanço social é uma fonte de avaliação e controle do exercício da responsabilidade social da empresa e ferramenta de planejamento e melhoria da instituição.

Outro conceito bastante conciso e objetivo foi fornecido por Perottoni e Cunha, (1997, p.14): "Balanço Social é um conjunto de informações econômicas e sociais, que tem como objetivo a divulgação de informações sobre o desempenho econômico e financeiro das empresas e sua atuação em benefício da sociedade."

De acordo com estas definições, fica evidente que o Balanço Social não é uma demonstração puramente contábil, embora muitos dos seus dados sejam oriundos da contabilidade. É, portanto, um misto de informações contábeis, econômicas, sociais e administrativas.

4.2 Origens do Balanço Social

Não há evidências claras de quando e onde surgiu pela primeira vez o Balanço Social. Segundo Lopes de Sá (1999) a sua origem é a seguinte: O forte movimento trabalhista, empreendido na Europa, na década de 20, parece ter sido o responsável pelo aparecimento do demonstrativo. Diversos historiadores elegem a Alemanha como o local onde se iniciou o Balanço Social.

A partir de meados do século XX, a sociedade passou a exigir, por meio de movimentos populares em diversos países, maior transparência por parte das empresas, quanto ao uso da mão-de-obra. Pergunta-se: quantos são, qual é o salário, quais benefícios recebem, treinamentos concedidos pela empresa, escolaridade e outros. Busca-se a valorização dos recursos humanos ao mesmo nível do capital.

Conforme Rioli (*apud* Martins 1999) nos anos 60 dois movimentos sociais foram os incentivadores da divulgação de relatório de desempenho econômico-financeiro que também indicasse as ações sociais das empresas. Tais movimentos eram de origem cristã e de movimentos pacifistas.

Segundo Martins (1999) o passo inicial para uma ação mais concreta na Europa, aconteceu em 1961, por iniciativa e inspiração cristã. Primeiramente, do movimento de origem cristã surgiu a promulgação da encíclica papal '***Mater et Magister***' decorrente de uma reunião da *Union Internationale Chrétienne de Dirigeants d'Entreprise* (UNIPAC), ocorrida em Bruxelas. Tal documento enfatizava a divulgação, por parte das empresas, de relatórios contendo informações referentes as iniciativas em prol dos trabalhadores e do bem-estar da comunidade em que a

empresa estava inserida. Nesta fase embrionária do Balanço Social as informações eram primordialmente voltadas ao aspecto laboral, isto é, ao corpo funcional das empresas.

Alemanha e França na Europa e Estados Unidos da América são os países que apresentaram movimentos populares mais fortes e persistentes, o que precipitou a reação de muitas empresas em favor de uma maior transparência dos seus atos perante a comunidade.

Os movimentos populares, portanto, forçavam as empresas a uma mudança de atitude quanto à prestação de contas à sociedade. Esta mudança, além de exigir uma postura diferente das administrações, se refletiu na contabilidade. Segundo Kroetz (1998), na França diversos pesquisadores na década de 60, propuseram-se reunir e comentar dados estatísticos para melhor abordar os problemas socioeconômicos da nação, como por exemplo: a relação do emprego, a mobilidade social, a utilização do lucro. Assim a Contabilidade evoluiu sob influência de pressões externas, ou seja, a sociedade que exigiu alterações. Com a guerra do Vietnã, os movimentos estudantis na França e Alemanha e o aumento dos problemas sociais, as iniciativas se multiplicam, iniciando-se a discussão sobre a responsabilidade social das organizações e procurando-se uma forma científica de prestar estas informações à sociedade. Propõe-se, assim, uma demonstração denominada genericamente de **Balanço Social**, ou de **Social Audit** pelos norte-americanos, de **Sozialbilanz** pelos alemães e **Bilan Social** pelos franceses. (Kroetz, 1998).

Firma-se, portanto, a década de 60 e início dos anos 70, do século XX, como o período em que o Balanço Social se consolidou como instrumento importante na comunicação das empresas com a sociedade, tornando este relacionamento mais transparente e ético. As empresas começam a tomar consciência da sua responsabilidade social e, o Balanço Social é o veículo de divulgação dos atos decorrentes do exercício dessa responsabilidade.

4.3 O Balanço Social no Brasil

Com a promulgação da encíclica papal “*Mater et Magister*”, em 1961, surge no Brasil o primeiro embrião do Balanço Social. Relata Martins (1999) que naquele ano, em São Paulo, foi constituída a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa – ADCE, como sendo um agente operacional da *Union Internationale Chrétienne de Dirigeants d’Enterprise* (UNIPAC). A consolidação dos ideais propostos pela ADCE se deu com a declaração, em 1974, do Decálogo do Empresário Cristão, onde o empresariado aceitava a existência e o valor de Ética Social e Empresarial e declaravam estar convencidos de que a empresa, além de sua função econômica de produtora de bens e serviços tem a função social e que se realiza através da promoção dos que nela vivem e trabalham.

Rioli (*apud* Martins, 1999) complementa que a ADCE, a partir de 1979, passa a organizar congressos anuais onde o Balanço Social é tema de freqüentes debates. Contudo, somente em 1984 foi publicado o primeiro Balanço Social no Brasil, pela empresa Nitrofertil.

Em 1981 foi criado o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE. É uma organização não governamental que define sua missão como: “Atuar estrategicamente no desenvolvimento de uma sociedade plenamente democrática, sem miséria, pobreza, desigualdade, negação dos direitos humanos ou quaisquer outras formas de exclusão social”.

O IBASE, sob a liderança do sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou uma campanha incentivando as empresas a participar de programas sociais e a divulgação do Balanço Social. Também foi o IBASE quem sugeriu o modelo de apresentação do Balanço Social, seguido por praticamente todas as empresas que o divulgam. Para 2007, o IBASE espera sensibilizar e mobilizar lideranças sociais e sindicais para desenvolver um olhar crítico e estratégico sobre ética, responsabilidade e transparência na atuação das empresas.

Segundo consta no site <ibase.org.br> Betinho (1997), chama a refletir sobre o que é o Balanço Social. Para Betinho é demonstrar quantitativamente e

qualitativamente o papel desempenhado pelas empresas no plano social, tanto internamente quanto em sua atuação na comunidade.

Ao longo de 2007 – quando a campanha pelo Balanço Social completará dez anos – essa linha programática monitorará as empresas que atuam no Brasil e lançará, sobre elas, um olhar mais rigoroso, tomando por base o conteúdo dos balanços sociais publicados. Outro desafio para o mesmo período é disseminar e fortalecer o tema de responsabilidade social das empresas e as ferramentas “Balanço Social” e “Diretrizes da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) para Empresas Multinacionais” entre as organizações da sociedade civil brasileira <balancosocial.org.br. 2007>.

O Balanço Social, como instrumento de prestação de contas da empresa à sociedade sobre seu desempenho econômico, social e ambiental, ainda está em fase de consolidação no Brasil. Uma evidência desse fato é que as publicações sobre o assunto são, em sua grande maioria, a partir de meados da década de 90 <balancosocial.org.br. 2007>.

Em comparação com a Europa e EUA, o atraso do Brasil na matéria é considerável. De fato, estamos engatinhando. Enquanto os franceses aprovaram uma lei sobre a obrigatoriedade da publicação do Balanço Social em 1977, no Brasil isto ainda é um projeto. O Projeto de Lei n. 3.116/97, de autoria das deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, que prevê a obrigatoriedade da publicação do Balanço Social, para as empresas privadas com 100 ou mais empregados ou para as empresas públicas com qualquer número de funcionários, continua tramitando no Congresso Nacional, reapresentado, em 03.02.99, pelo deputado Paulo Rocha, nesta nova legislatura (Silva e Freire, 2001).

4.4 Objetivos do Balanço Social

O Balanço Social, pelo que se pode deduzir até o momento, tem entre seus objetivos fornecer informações demandadas por diversos grupos sociais. Dessa forma, a empresa presta contas do seu relacionamento com a sociedade, quanto ao seu desempenho no exercício da responsabilidade econômica, social e ambiental.

Conforme Perottoni e Cunha (1997, p 14), o Balanço Social: “busca colocar a comunidade a par da política social da entidade pela divulgação de informações destinadas ao público interno e externo”.

Como público interno, Melo Neto e Froes (1999) destacam: os funcionários necessitam informações sobre qual a política de recursos humanos do seu empregador e quais as perspectivas quanto à manutenção ou melhoria da sua renda; dirigentes – necessitam de um instrumento de gestão de recursos humanos, marketing, subsídio para melhorias na organização; para os acionistas - fornece uma visão das ações sociais desenvolvidas pela empresa, o que poderá ser garantia de retorno para seus investimentos no futuro. Embora a remuneração do investimento seja primordial para continuar com o aporte de capital, aos acionistas também interessa a continuidade da empresa.

O público externo é formado segundo Queiroz et al (2004) por: fornecedores – o Balanço Social é prova do exercício de responsabilidade social pela empresa, o que pode e deve provocar o engajamento dos fornecedores neste esforço. Ao fornecedor interessa o potencial de negócios no futuro, portanto a continuidade do seu cliente assim como a sua própria; agentes financeiros – interessa a qualidade da administração e a continuidade da empresa, além dos indicadores econômicos e financeiros; investidores – a boa aceitação da empresa pela sociedade poderá significar negócios rentáveis no futuro; o Estado - fornecedor de infra-estrutura para as atividades da empresa, tem interesse na manutenção ou incremento de empregos e na arrecadação de impostos; organizações não governamentais - têm grande interesse nos programas sociais das empresas, especialmente no que se refere à questão ambiental; comunidade - tem um estreito relacionamento com a empresa, pois ela provê a mão de obra, além de ser também a consumidora de seus produtos. Obtém da empresa a renda proveniente dos salários de seus funcionários e é beneficiada pelos impostos gerados; sindicatos -

são os representantes das categorias sociais empregadas pela empresa; mundo acadêmico - o Balanço Social desperta, atualmente grande interesse para estudo e aprimoramento de técnicas de trabalho, especialmente na área da contabilidade; meios de comunicação – são formadores de opinião e têm influência na divulgação da imagem da empresa.

Ainda podemos acrescentar os ambientalistas com exigências quanto à conservação e preservação do meio ambiente, que é um bem comum da coletividade, isto é, sem proprietários, nos lembra McIntosh et al (2001).

Seria interessante que a empresa, assim como organiza e discute com todos os setores internos o seu planejamento econômico, debatesse com todos os grupos sociais envolvidos, definindo metas e objetivos a serem atingidos. Fazer um acordo com os diversos grupos sociais, definindo previamente os investimentos, promoveria seus membros à condição de participantes do planejamento e tomada de decisões quanto à questão social, potencializando sua interação com a sociedade.

Evidentemente, afirma Queiroz et al (2004), não se pode esquecer que equalizar os interesses de todos os grupos envolvidos e manter o nível de emprego, o crescimento econômico, a estabilidade de preços e a remuneração dos acionistas ao nível desejado, é o desafio que hoje está lançado.

O Balanço Social, como instrumento de comunicação apresenta, neste ponto, um dos seus objetivos mais desafiadores sob a responsabilidade do profissional da contabilidade. Tem a missão de ser um informe que satisfaça as expectativas conflitantes dos diversos grupos, de modo que cada grupo forme uma imagem positiva do seu relacionamento com a empresa.

Pode-se, ainda, considerar o Balanço Social como uma ferramenta gerencial Kroetz (1999, p. 36), afirma:

O Balanço Social, antes de ser uma demonstração endereçada à sociedade, é considerada uma ferramenta gerencial, pois reúne dados qualitativos e quantitativos sobre as políticas administrativas, sobre as relações entidade/ambiente e outros, os quais poderão ser comparados e analisados de acordo com as necessidades dos usuários internos, servindo

como instrumento de controle e de auxílio para tomada de decisões e adoção de estratégias.

Note-se que a afirmação de vários autores define o Balanço Social como um instrumento de informação que espelha a atuação social, econômica e gerencial das instituições. Uma fonte de informações para o público interno, acionistas e a sociedade em geral, mas principalmente para a gerência, um ponto de partida para planejar o futuro.

5. METODOLOGIA

Para validar o desenvolvimento proposto neste trabalho, fez-se necessária a utilização de uma metodologia adequada. Assim, este capítulo apresentará o método que foi utilizado no estudo, bem como a forma de tratamento dos dados e as limitações encontradas nas suas aplicações.

5.1 Objeto de estudo

A metodologia contempla o *Objeto de Estudo*, com a descrição das características do Banco do Brasil S.A., Balanço Social 2006, projetos, eventos e ações sociais desenvolvidas pela instituição e os programas de benefícios e serviços disponibilizados a todos os colaboradores, clientes e a sociedade em geral.

O Banco do Brasil divulga, em sua página na internet, <<http://www.bb.com.br/appbb/bb/rsa/index.jsp>> que a responsabilidade social e ambiental, ou socioambiental, é ter a ética como compromisso e o respeito como atitude nas relações com os funcionários, colaboradores, fornecedores, parceiros, clientes, credores, acionistas, concorrentes, comunidade, governo e meio ambiente. Reconhece que sua sobrevivência e o seu sucesso dependem da interação contínua com aqueles públicos e se entende como resultado da colaboração de cada um destes segmentos.

Ao que podemos deduzir, o engajamento do Banco do Brasil com os princípios de responsabilidade socioambiental é parte de sua tradição. Em maio de

2003 foi criada a Unidade de Relações com os Funcionários e Responsabilidade Social e Ambiental, que mais tarde se transformou em Diretoria (maio 2004), com a missão de integrar esforços e coordenar o processo de disseminação da postura de responsabilidade em relação à sociedade e ao meio-ambiente para todas as áreas do Banco do Brasil.

Com relação aos processos negociais, por exemplo, foi aprovada em agosto de 2004 a suspensão de novos créditos a clientes incluídos em relação de empregadores e proprietários rurais que submetem seus trabalhadores a formas degradantes de trabalho ou os mantenham em condições análogas ao trabalho escravo divulgada pelo Ministério do Trabalho e Emprego. Abrange, também, vedações a financiamentos a clientes envolvidos com exploração sexual de crianças e com o uso do trabalho infantil. Para tanto, foram iniciadas articulações entre o BB e órgãos governamentais responsáveis e, também, organizações não-governamentais envolvidas no assunto.

A primeira publicação do balanço social pelo Banco do Brasil, disponível, foi a de 1997. Seguiu um modelo próprio, diferente da sugestão do IBASE, com a exceção da Demonstração do Valor Adicionado. A apresentação era descritiva, em forma de relatório, onde o Banco expunha a sua atuação em benefício da sociedade. A partir de 1998, o Banco do Brasil passou a adotar o modelo de balanço social sugerido pelo IBASE.

O Banco do Brasil apresenta suas ações de responsabilidade social em várias perspectivas, que serão apresentadas de forma resumida, das quais se destacam:

a) Perspectiva Sociedade

Agenda 21 Empresarial – A Agenda Socioambiental do BB - A Agenda 21 é um documento originário na Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e

Desenvolvimento em 1992, que definiu um plano de ação para o desenvolvimento sustentável do planeta no século XXI. Em 2002, o Banco publicou a sua Agenda 21, que foi construída conjuntamente com a participação de entidades governamentais, não governamentais e empresas, O Banco do Brasil é a primeira empresa a lançar um documento/compromisso dessa natureza. Em 30/05/2007 o BB lançou publicamente sua Agenda 21, assumindo um compromisso com a sustentabilidade, equilíbrio ambiental, justiça social, ecoeficiência em suas atividades internas e investimentos em produtos socioambientais.

Princípios do Equador - Esses princípios foram elaborados pelo *International Finance Corporation* (IFC), braço do Banco Mundial e são um conjunto de políticas e diretrizes (salvaguardas) a serem observadas na análise de projetos de investimento de valor igual ou superior a US\$ 50 milhões. As salvaguardas versam sobre avaliações ambientais, proteção a *habitats* naturais, gerenciamento de pragas, segurança de barragens, reassentamento involuntário de populações atingidas, não emprego de trabalho infantil ou escravo, projetos em águas internacionais e saúde e segurança no trabalho.

Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas - Atendendo ao desafio proposto por Kofi Annan em 31 de janeiro de 1999, no fórum econômico em Davos, o Banco do Brasil traçou uma política de atuação que visa a erradicação da pobreza, a diminuição das desigualdades e o compromisso com a sustentabilidade do planeta a serem alcançados até 2015.

b) Perspectiva clientes

DRS – Desenvolvimento Regional Sustentável - O DRS é um programa que se soma a um conjunto de outras ações coordenadas pela empresa e pela Fundação Banco do Brasil, com foco na geração de trabalho e renda. O Banco do Brasil e parceiros (cooperativas, associações, universidades, órgãos públicos, ONGs etc.) verificam vocações ou potencialidades locais e identificam pontos de

estrangulamento, ou seja, o que dificulta o desenvolvimento de certa atividade produtiva. Após o diagnóstico é elaborado um plano de trabalho compartilhado entre os diferentes parceiros que visa corrigir os problemas identificados e viabilizar as oportunidades existentes. O Banco do Brasil trabalha como um catalisador e articulador nos diversos setores da sociedade para construção de um plano de desenvolvimento regional sustentável. Ao todo são 3.867 Diagnósticos e Planos de Negócios de DRS em andamento, dos quais 1.278 em execução, envolvendo 265 mil famílias em 3.140 municípios e com a previsão de R\$ 1,2 bilhão em créditos.

APL – Arranjos Produtivos Locais - O Banco se propõe a atuar como incentivador do desenvolvimento onde houver uma concentração de agentes-empresas, cooperativas e associações urbanas, profissionais liberais e empreendedores informais localizados em um mesmo território, operando em atividades produtivas correlacionadas e que apresentam vínculos expressivos de interação, cooperação e aprendizagem, tendo por objetivo o desenvolvimento econômico e social. Em dezembro de 2006 o BB atuava em 120 APL, prestando atendimento a mais de 6 mil empresas e para elas foram concedidas R\$ 698 milhões em empréstimos para capital de giro e para financiar investimentos.

Inclusão bancária - Impulsionado por novas oportunidades de mercado e também pelo anseio do governo federal de incentivar a inclusão bancária da população brasileira de menor renda, o Banco investiu na subsidiária integral Banco Popular do Brasil (BPB). O BB atua de forma massificada no âmbito nacional, democratizando o acesso ao crédito (disponibilizado em 2006 R\$ 150 milhões).

c) Perspectiva concorrentes

O Banco do Brasil se propõe a seguir princípios de ética e civilidade. O BB participa da diretoria e comissões da Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN, conjuntamente apóiam a construção de cisternas (20.502 no ano de 2006) na região

do semi-árido brasileiro. Apóia, também, os Fundos da Infância e da Adolescência - FIA, nos quais, como informa, em 2006 doou R\$ 7,9 milhões. Esses fundos são geridos pelo Conselho de Direito da Criança e do Adolescente e foram criados para apoiar programas de defesa dos direitos das crianças.

d) Perspectiva fornecedores e parceiros

Além dos critérios de natureza econômica, o Banco do Brasil deixa claro que desenvolve, no relacionamento com fornecedores, iniciativas voltadas para relações duráveis e equilibradas, compatíveis com os princípios de responsabilidade socioambiental. Exemplo disto é a exigência de atendimento de todas as obrigações trabalhistas e previdenciárias no relacionamento com seus empregados, assim como a apresentação da declaração dos fornecedores sobre o não emprego de mão de obra infantil e escrava.

e) Perspectiva comunidade

No Programa Adolescente Trabalhador, o Banco do Brasil contabiliza 12.279 adolescentes já atendidos pelo programa, com 4.700 adolescentes trabalhando em suas agências e órgãos, atualmente. Com uma jornada de 4 horas de trabalho, estes aprendizes entre 15 e 16 anos e 4 meses, recebem uma oportunidade para exercitar uma atividade de aprendizagem produtiva e remunerada, com vistas a se preparem para o mercado.

O Programa de Estágio de Estudantes, regido pela Lei 6494/1977 compreende as atividades de aprendizagem social, cultural e profissional. O Banco do Brasil informa que ao final de 2006 estagiavam na empresa 9,9 mil estudantes.

Inclusão digital, disseminação da cultura e esporte são programas em que a empresa atua. Na Fundação Banco do Brasil, em 2006, os investimentos sociais contabilizados somaram R\$ 114 milhões, dos quais R\$ 43 milhões foram repassados pelo BB para atender programas de geração de trabalho e renda, de educação (BB Educar, AABB Comunidade, e outros). Programa BB EDUCAR: 39.153 pessoas

alfabetizadas por funcionários da ativa e aposentados do BB, de forma totalmente gratuita no ano 2006. Mais de 240.641 jovens e adultos alfabetizados desde o início do programa em 1992. Programa AABB Comunidade: 53.000 crianças e adolescentes atendidos anualmente com atividades sócio-educativas, culturais, esportivas e de saúde.

f) Perspectiva comportamento organizacional

O Banco do Brasil contava, ao final de 2006, com 82,7 funcionários, sendo 64,2% sexo masculino e 35,8% do sexo feminino. Apresenta, ainda, 6 mil contratados junto a empresas especializadas no fornecimento de mão de obra temporária.

Em seu programa de ascensão profissional, a partir de meados da década de noventa, o Banco do Brasil iniciou uma ação chamada “Profissionalização”, que atinge a quase totalidade de seus funcionários. O BB concedeu, conforme indicado no seu Balanço Social, nos últimos 12 meses 6,8 mil bolsas de graduação presencial e a distância, 2 mil bolsas de MBA a distância, 464 bolsas para estudos de língua estrangeira. Adicionalmente o Banco assinou um convênio com diversas instituições de ensino federais e municipais para viabilizar a Universidade Aberta do Brasil. O projeto oferece gratuitamente curso superior às pessoas que residem em áreas de difícil acesso.

Na distribuição dos resultados da empresa, que a pesquisa apresentada no anexo 3 demonstrou ser do interesse de todos os funcionários entrevistados, a instituição destinou R\$ 773,1 milhões a título de Participação nos Lucros e Resultados (PLR), distribuídos conforme negociações em acordos coletivos com entidades representativas dos funcionários.

A previdência complementar, que é oferecida pelo Banco do Brasil aos seus funcionários está a cargo da Caixa Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil (PREVI), Ela conta com 136,4 mil associados funcionários do banco, sendo 79,2 mil ativos e 57,1 mil aposentados.

Com relação à saúde e qualidade de vida, cabe citar as iniciativas de promoção de Qualidade de Vida no Trabalho e a existência da CASSI - Caixa de Assistência dos Funcionários do Banco do Brasil.

A Ouvidoria Interna e os Fóruns de Gestão de Pessoas e Responsabilidade Socioambiental representam a disposição em manter um canal de diálogo franco e aberto com o público interno.

Por fim, conforme números apresentados, o Banco do Brasil destinou R\$ 606,9 milhões em benefícios de auxílio-refeição e cesta alimentação, no último ano, para o programa de alimentação do trabalhador.

5.2 Processo metodológico

Segundo a taxonomia proposta por Vergara (1998), o trabalho desenvolvido tem as características de um Estudo de Caso, pois se caracterizou por um estudo empírico, ao investigar um fenômeno demográfico dentro de um contexto da realidade, utilizando várias fontes de evidência e quanto aos seus fins e meios utilizados na pesquisa, foi assim classificado.

Dessa forma, quanto aos fins, podemos classificar a pesquisa como descritiva considerando que “expõe características de determinada população ou determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza” (Vergara,1998).

Quanto aos meios utilizados, a pesquisa desenvolvida foi:

(1º) pesquisa documental – em razão de ter utilizado informações do Balanço Social do Banco do Brasil, ano-exercício 2006.

(2º) pesquisa qualitativa – consulta realizada de forma padronizada ou estruturada, conforme conceituam Lakatos e Marconi (1991), com o propósito de permitir ao questionador ter a liberdade de condução na direção considerada adequada, possibilitando explorar amplamente o assunto. Assim, conforme recomenda Roesch

(1996), desenvolveu-se de forma direcionada, seguindo um roteiro de tópicos a fim de compreender as relações entre as avaliações dos colaboradores e as práticas de responsabilidade social do Banco do Brasil.

(3º) pesquisa quali-quantitativa - Os dados quantitativos (p.ex: número de entrevistados por nível hierárquico) com tratamento estatístico, enquanto que os dados qualitativos serão avaliados à luz das pesquisas bibliográficas, documental e internet.

O Processo Metodológico, com identificação das etapas de estudo, ficou assim definido: verificar se as evidências apresentadas no Balanço Social do Banco do Brasil são capazes de comprovar o exercício da responsabilidade social da instituição e averiguar a importância da instituição como empresa socialmente correta e capaz de retornar à sociedade não somente produtos e serviços bancários, mas também ações de cunho social. Busca ainda aferir a avaliação dos funcionários do Banco do Brasil, Agência Nazaré em Belém (PA), sobre a estratégia de responsabilidade socioambiental da empresa.

5.3 Definição da população e da amostra

A Metodologia contempla ainda a *Definição da População e da Amostra*, com a caracterização dos sujeitos da amostra: 23 funcionários do Banco do Brasil Agência Nazaré como população-alvo, uma vez que se definiu critério de inclusão na pesquisa, a segmentação de cargos. Ao final, a amostra abrangeu 2 colaboradores do cargo administrativo, 9 colaboradores do cargo gerencial operacional e 12 do nível básico. Os entrevistados foram caracterizados com uma letra, por exemplo: administradores "A", gerencial "G" e operacional "O". Da amostra resultou ainda que: 70% do público entrevistado foram mulheres e isto deve se ao fato de que o quadro de colaboradores do Banco do Brasil, agência Nazaré em Belém do Pará é composto por 23 % sexo masculino e 77 % sexo feminino.

5.4 Elaboração de um Instrumento de Coleta de dados

O instrumento utilizado (Anexo 1) para o levantamento de dados da pesquisa foi um questionário misto, ou seja, perguntas abertas e fechadas. Esse instrumento compõe-se de perguntas que visaram conhecer o perfil do colaborador entrevistado bem como a sua avaliação quanto às políticas de Responsabilidade Social do Banco do Brasil.

5.5 Pré-teste do Questionário

O questionário pode vir a ser ineficaz em virtude de uma série de problemas que englobam ambigüidades, linguagem inacessível, perguntas mal formuladas e assim por diante. Por essa razão é que o pré-teste é necessário, uma vez que identifica possíveis erros, proporcionando a reformulação do instrumento de pesquisa.

O pré-teste (anexo 1) foi realizado com colaboradores do nível gerencial do Banco do Brasil Agência Nazaré, para verificar principalmente, se o instrumento era compreensível e completo. Após o pré-teste, todas sugestões foram devidamente consideradas e anotadas.

5.6 Coleta de Dados

Com as alterações no instrumento de levantamento de dados passou-se à fase da coleta de dados junto à amostra de colaboradores, envolvendo os diferentes níveis (administrativo, gerencial e operacional). Os entrevistados foram caracterizados com uma letra, por exemplo: administradores "A" , gerencial "G" e operacional "O".

As entrevistas foram realizadas no período de 15/05 a 10/06, sendo em média entrevistado 2 (dois) colaboradores por dia. Tempo médio da entrevista: 15 minutos. Também foi liberado um tempo para o funcionário exercitar seu direito de opinião sobre a empresa.

Efetivada a coleta de dados, os questionários foram analisados por meio da transcrição das entrevistas, a fim de se realizar a análise interpretativa e, também pela tabulação das questões fechadas. Sucederam-se assim a análise quantitativa e qualitativa dos dados.

5.7 Tratamento dos dados

Com base na classificação estabelecida por Gil (1999) identifica-se à existência de dois métodos para tratamento dos dados levantados em pesquisa: o geral e o específico. Segundo ele, através do método geral o pesquisador pode decidir acerca do alcance de sua investigação e garantir a objetividade no tratamento dos dados. Por outro lado a utilização do método específico fornece os meios técnicos para o processamento e a confirmação de dados relativos ao problema objeto de estudo.

Como forma geral este estudo utilizou os métodos hipotético-dedutivos, considerando que esta forma é a mais indicada para pesquisas na área da administração e economia, pois através deste método, "... o cientista, através de uma combinação de observação cuidadosa e intuição científica, alcança um conjunto de postulados que governam os fenômenos pelos quais está interessado, daí deduz ele as conseqüências por meio de experimentação e, dessa maneira, refuta os postulados, substituindo-os, quando necessário, por outros e assim prossegue" (Kaplan apud Gil, 1999).

Quanto ao aspecto específico, o trabalho utilizou o método monográfico, especialmente indicado para estudos de caso, considerando que se o mesmo for realizado com profundidade suficiente, poderá ser considerado representativo de outros ou de todos os casos semelhantes (Gil, 1999).

Com base nas informações obtidas e fundamentadas nas referências bibliográficas pesquisadas, o trabalho fez as inferências a fim de tentar responder o problema proposto.

5.8 Limitações do Método

Toda proposta de pesquisa possui em seu conteúdo limitações, podendo ser as mesmas sobre o assunto pesquisado, a abrangência, a execução do estudo e o método escolhido para a solução do problema abordado.

A seguir apresentamos a limitação que surgiu na coleta de dados e do seu tratamento: Considerando que o estudo de caso abrangeu somente a agência Nazaré em Belém do Pará, em área geograficamente restrita conforme Gil (1999) torna-se comprometedor a generalização dos resultados auferidos em nível macro. Assim, de acordo com suas afirmações, para uma maior validade dos resultados obtidos, o estudo deveria contemplar uma amplitude maior de agências, com representatividade estatística.

Portanto, de forma breve, neste capítulo, foi apresentada a metodologia proposta para a consecução da pesquisa. O Objeto do Estudo, no caso, o Banco do Brasil foi descrito de forma sucinta e resumida, mas transmitindo toda a amplitude de atuação da empresa na sociedade. O método escolhido para a investigação, exposto o sujeito da pesquisa, a classificação da amostra e a forma de sua coleta, o tratamento realizado com os dados e as limitações ocasionadas pelo método adotado.

6. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A finalidade deste capítulo é apresentar os resultados de dois momentos do trabalho. No primeiro uma apreciação acerca dos dados do Balanço Social do Banco do Brasil, que foi elaborado em 2006, sobre resultado da empresa. No segundo momento, a análise quantitativa e qualitativa a partir dos dados obtidos na pesquisa sobre a avaliação dos colaboradores dos diferentes níveis hierárquicos do Banco do Brasil, especificamente na agência Nazaré, em Belém do Pará, sobre as políticas de Responsabilidade Social e Ambiental – RSA da empresa.

6.1 Balanço Social do Banco do Brasil

No entendimento de Perottoni e Cunha (1997), o Balanço Social é conjunto de informações, tanto econômicas como sociais, que tem o objetivo de divulgar as ações da empresa, interna e externamente, prestando contas à sociedade.

O Balanço Social (anexo 4) segue a mesma fórmula, trazendo informações relevantes e passíveis de investigação, dentre as quais destacamos:

O Banco do Brasil, um dos principais empregadores do país, conta com 82.672 funcionários, 9.947 estagiários, 5.999 empregados terceirizados para atender às expectativas dos acionistas e clientes.

A presença feminina no Banco teve como marco o ano de 1969, com o primeiro concurso para a carreira administrativa que admitiu mulheres. Hoje elas representam 36% do quadro e 28,4% exercem cargos de chefia.

Segundo Melo Neto e Froes (1999), existindo um compromisso de responsabilidade social da empresa com sua equipe de funcionários, a demanda social vai desde uma remuneração digna, participação nos lucros, até a qualificação dos seus membros com programas de treinamento garantindo a sua empregabilidade. No Balanço Social do Banco do Brasil percebemos nos indicadores Sociais Internos, que a instituição vem atuando de forma consistente em todos os itens, com destaque para a “capacitação e desenvolvimento profissional” e na “participação nos lucros e resultados”. No total dos indicadores sociais internos, em 2006, o valor desembolsado pelo Banco foi de R\$ 3,8 bilhões.

Nos Indicadores Sociais Externos, no total de R\$ 1,9 bilhões em contribuições, com destaque foi para o Programa do Governo Federal de Combate a Fome e a Segurança Alimentar, no valor de R\$ 1,8 bilhões, sem se descuidar dos demais itens como cultura, esporte e educação.

Analisando os resultados apresentados pelo Banco, verificamos que a empresa exerce a responsabilidade social, uma vez que viabiliza inúmeros projetos que beneficiam o seu quadro funcional e a sociedade como um todo. E isso é assimilado pelos seus *stakeholders* no momento em que o Banco estipulou como meta, na seleção dos fornecedores e parceiros, sugerir os mesmos padrões éticos e de responsabilidade socioambiental adotadas pela empresa. De acordo com Queiroz et al. (2004), ao público externo, formado por fornecedores, interessa o potencial do negócio no futuro, portanto a continuidade do seu cliente assim como a sua própria. O Banco do Brasil reconhece que os seus princípios éticos e a disseminação da sua postura socialmente responsável, que pautam as suas relações com a sociedade, estão presentes nas relações com os clientes, fornecedores e funcionários.

De acordo com Melo Neto e Froes (1999) uma atuação responsável, de maneira consistente, pode se materializar em compensações para a empresa, tais como melhoria da imagem junto à comunidade. A atuação dos funcionários em

programas de trabalho voluntário, tais como o "BB EDUCAR", (Programa de Alfabetização de Adultos), que é apoiado pelo Banco com treinamentos, tem trazido para a empresa uma melhor aceitação da marca junto às comunidades onde atua.

A fim de mediar eventuais conflitos entre os clientes e a Empresa, o Banco do Brasil através da Ouvidoria Externa registrou 222.524 reclamações, críticas e sugestões de consumidores, com 100% de atendimento. Procurando atuar com transparência, isenção e respeito ao consumidor em 2006 o Banco do Brasil recebeu 182 reclamações no Procon, das quais 100% foram solucionadas. Quanto às 20.696 reclamações na Justiça, o Banco do Brasil atendeu 35,81% das demandas.

6.2 Avaliação das Práticas Sociais Responsáveis do Banco do Brasil

Recordando Perottoni e Cunha (1997), o Balanço Social traz à comunidade, através da divulgação de suas informações, a atuação responsável da empresa.

No Banco do Brasil, as informações fornecidas demonstram uma redução no quadro de funcionários, o que segundo a empresa, se deve principalmente ao avanço da informatização e automação dos serviços. O Banco não aumenta e até diminui o número de funcionários na área de atendimento, pressupondo o auto-atendimento dos clientes. Não há um movimento natural, mas sim uma pressão para que o auto-atendimento aconteça em ritmo cada vez mais acelerado. Basta atentar para a quantidade de clientes que procuram atendimento pessoal na área de pessoas físicas.

Quanto ao item do Balanço Social, no que se refere aos fornecedores e parceiros, o Banco do Brasil diz: "estimular a adoção da gestão socialmente responsável, de princípios e valores relacionados à saúde e segurança no trabalho e à preservação ambiental por parte do fornecedor...". Concluímos que a realidade é bem diferente. Muitas vezes a dignidade humana é ignorada, quando as empresas terceirizadas substituem seus empregados por ocasião de qualquer problema de saúde. Quanto aos direitos trabalhistas, também são desrespeitados, pois as empresas criam "cooperativas", por exemplo, de faxineiras ou telefonistas para,

dessa forma, não honrar pagamento de FGTS, 13º salário, férias, sempre lembrando ao “cooperado” que ele não faz jus a tais direitos.

Mcintosh et al. (2001) ressalta que os negócios das empresas têm impacto sobre a comunidade local, pois absorvem mão de obra gerando emprego. No que se refere aos programas: Adolescente Trabalhador e de Estágio de Estudantes, é intenção da empresa que os mesmos concluam sua permanência no Banco do Brasil e já estejam empregados na comunidade. Porém não existe por parte do Banco uma ação estruturada para que este objetivo se concretize. Jovens originários de famílias muitas vezes carentes, não encontram continuidade, após o término de seu período de atividade no Banco, para o trabalho que vinham desenvolvendo.

6.3 Análise Quali-quantitativa

Os resultados para as questões fechadas, que representam os dados quantitativos da pesquisa (conforme o instrumento de Levantamento de Dados – anexo 1) são apresentados a seguir:

Quanto ao sexo do colaborador entrevistado, constatamos que há predominância do sexo feminino: 70% são mulheres e 30% são homens. Isto deve-se ao fato de que 77% do quadro de colaboradores do Banco do Brasil, agência Nazaré em Belém do Pará são do sexo feminino e 23% do sexo masculino. Quanto à faixa etária, 22 % estão na faixa etária entre 20 e 30 anos, 39% entre 30 e 40 anos, 30% entre 40 e 50 anos e 9% idade acima de 50%. Quanto ao nível hierárquico: 9% são funcionários da administração, 39% do nível de gerência e 52% são do nível operacional. Quanto ao tempo de serviço: 9% estão na empresa há 2 anos, 26% entre 2 e 5 anos e 65 % com mais de 5 anos na empresa. Quanto ao grau de instrução: 4% possuem o 2º grau completo, 44% possuem o 3º grau incompleto, 35% possuem o 3º grau completo, 13 % possuem pós-graduação (especialização) e 4% possuem mestrado.

Segue quadro:

Quadro 1 – Perfil do entrevistado (questões fechadas)

Quanto ao sexo
<ul style="list-style-type: none"> • 70% dos entrevistados são mulheres; • 30% são homens.
Quanto à faixa etária
<ul style="list-style-type: none"> • 22% entre 20 e 30 anos; • 39% entre 30 e 40 anos; • 30% entre 40 e 50 anos; • 9% com idade acima dos 50 anos.
Quanto ao nível hierárquico
<ul style="list-style-type: none"> • 9% são funcionários da administração; • 39% são funcionários ao nível gerência; • 52% são do nível operacional.
Quanto ao tempo de serviço na empresa
<ul style="list-style-type: none"> • 9% estão na empresa em até 2 anos; • 26% entre 2 e 5 anos; • 65% com mais de 5 anos na empresa.
Quanto ao grau de instrução
<ul style="list-style-type: none"> • 4% possuem o 2º grau completo; • 44% possuem o 3º incompleto; • 35% possuem o 3º grau completo; • 13% possuem pós-graduação (especialização); • 4% possuem mestrado.

Na avaliação dos resultados, das questões abertas, que representam os dados qualitativos, constatamos que os funcionários com menos de cinco anos de Banco tem mais conhecimento das atividades de responsabilidade social da empresa em virtude de estarem cursando a graduação e pelo empenho e leitura das notícias e informações divulgadas pelo Banco. Na disputa por um cargo melhor e

também na preparação para outros concursos, estes funcionários procuram se manter mais atualizados.

Quanto à conscientização das atividades sociais da empresa, por parte dos colaboradores, constatamos: 13% não têm conhecimento e 87% tem, dos quais foi citado o Desenvolvimento Regional Sustentável e a Universidade Aberta do Brasil, através da qual, o Banco do Brasil firmou um convênio com Universidade Federal do Pará, para a realização de cursos de graduação à distância.

A motivação para participar de projetos da empresa demonstra que 45% sim estão motivados para trabalhar e 55% não estão motivados. A falta de envolvimento existe apenas, segundo os entrevistados, pelo grau de exigência da família, que exige atenção do funcionário nos horários livres, bem como pela falta de alguém na empresa quem “lidere” os demais. Já o plano de aposentadoria, patrocinado pela PREVI, é conhecido por 100% dos entrevistados.

Quanto aos projetos voltados à comunidade, onde o Banco do Brasil investe em desenvolvimento regional sustentável, estímulo e coordenação de arranjos produtivos locais, educação em nível interno e externo, esporte, cultura, entre outros, todos os funcionários conhecem algum. Foram citados BB EDUCAR, Programa do Adolescente Trabalhador e AABB Comunidade.

Nas atividades desenvolvidas pela empresa que preservam o meio ambiente: 40% conhecem e 60% desconhecem. Neste item foi citado o “Programa de Ecoeficiência”, mais recente implantação do BB de redução de desperdícios nos seus processos produtivos, por exemplo, no consumo de luz, água, papel e toner das impressoras.

Os direitos trabalhistas, no Banco do Brasil, segundo 100% dos entrevistados, são respeitados. Já na questão da valorização do trabalho, 70% dos colaboradores não se consideram prestigiados pela empresa e 30% sim. Os funcionários reclamam da “não” valorização pelos administradores das dependências de suas tarefas, pois muitas vezes buscam de outras agências candidatos para preencher cargos de gerência média, não contemplando os colaboradores da

equipe. Dos 30% de funcionários que se sentem reconhecidos são, na sua totalidade, os envolvidos com a área de vendas e atendimento ao público, onde muitas vezes, recebem elogios dos clientes e não de seus chefes.

As participações nos lucros e resultados, 100% consideram isso muito importante e se sentem satisfeitos com os valores recebidos. 95% consideram também que a empresa remunera mal seus colaboradores.

O código de ética é conhecido por 100% dos entrevistados.

Quanto à formatação das linhas de crédito, 100% asseguram que o Banco considera a causa social e ambiental em sua formatação. Todos reconhecem que o Banco do Brasil, na concessão de crédito considera aspectos de responsabilidade social, não financiando atividades ilícitas, tais como bingos, casas de jogos e lavagem de dinheiro. Foram citadas também as atitudes de democratização de acesso ao crédito para os clientes de baixa renda a juros acessíveis.

No que se refere ao entendimento do que é responsabilidade social, foram apresentadas diversas opiniões bem pertinentes sobre a atuação da empresa. É a organização que se preocupa com o ambiente externo na qual está inserida, tem compromissos com a sociedade, tais como: meio-ambiente, famílias carentes, desemprego, ética com os funcionários, acionistas, concorrentes e clientes.

Quanto à compreensão do funcionário sobre o Balanço Social, foram apresentadas diversas opiniões, tais como: é uma divulgação para a sociedade das atitudes responsáveis da empresa, ferramenta de planejamento e melhoria das ações sociais da instituição e ações sociais da empresa com público interno e externo. Sobre a publicação do Balanço Social, 99% sabem que o Banco do Brasil divulga seu balanço social, mas não tem conhecimento do mesmo. Apenas 1% procura se inteirar do seu teor, sendo os funcionários da administração.

O Balanço Social, que segundo Lorenzo et al. (1997) e outros autores, é um instrumento de veiculação de informações sobre a atuação da empresa, relativo à sua responsabilidade social e ambiental, dirigido ao público interno e externo. No

Banco do Brasil, este instrumento carece de melhor divulgação para o público externo e, principalmente, entre os seus colaboradores, pois conforme a pesquisa realizada 99 % dos funcionários não tem conhecimento destes dados. Um momento estratégico da empresa seria a melhor divulgação do Balanço Social, pois já é reconhecido o retorno em termos de produtividade dos seus funcionários, quando estes participam ativamente de projetos sociais da empresa (Souza e Soares, 2006).

A conscientização dos funcionários entrevistados, quanto à atuação social e ambiental responsável da empresa em que trabalham, se mostrou bem limitado. A maioria das ações ou projetos são conhecidos superficialmente ou, até mesmo, ignorados. A maioria dos funcionários, mais de 60%, sequer sabe que a formatação das linhas de crédito para investimento, contém, conforme os objetivos do financiamento, exigências mínimas de preservação ambiental. Quanto às atividades financiadas, a maioria cita que o Banco não empresta capital para o desenvolvimento de atividades ilícitas, o que é importante, mas há de se lembrar que isso não é uma atitude espontânea da empresa, mas sim, uma obediência legal.

Projetos como o BB Educar, Desenvolvimento Regional Sustentável, que beneficiam comunidades carentes de norte a sul do país, promovendo a inclusão social e a preservação ambiental são, para a maioria dos entrevistados, apenas nomes, sem o real conhecimento da abrangência, objetivos e dos resultados obtidos. Esse desconhecimento é um paradoxo, já que a maioria desses projetos estão localizados nas regiões norte e nordeste do Brasil, onde foi realizada a pesquisa.

O ponto forte, na avaliação dos entrevistados, se concentra nos direitos trabalhistas e aposentadoria complementar. Certamente são questões da maior importância para o trabalhador, mas há de se reconhecer que isso é apenas básico, pois são assuntos amplamente discutidos por diversos organismos externos, como por exemplo, sindicatos e imprensa. Os funcionários do Banco, de modo geral, desconhecem que a atuação social e ambiental responsável da empresa é, em grande parte, a razão da sua existência.

Logo abaixo segue quadro ilustrativo:

Quadro 2 - Quanto à avaliação dos colaboradores sobre as políticas de RSA do BB (questões abertas)

<p align="center">Sobre o conhecimento das atividades sociais da empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • 13% não conhecem; • 87% conhecem alguma atividade.
<p align="center">Sobre a motivação em participar das atividades voltadas para RSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • 55% não se sentem motivados em participar; • 45% se sentem motivados em participar.
<p align="center">Sobre se tem conhecimento que a empresa tem plano de aposentadoria</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% tem conhecimento sobre o plano de aposentadoria.
<p align="center">Sobre os projetos da empresa voltados para a comunidade</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% conhecem algum projeto.
<p align="center">Sobre as atividades da empresa em preservação do meio ambiente</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60% não conhecem essas atividades da empresa; • 40% conhecem.
<p align="center">Sobre os direitos trabalhistas</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% conhecem os direitos trabalhistas.
<p align="center">Sobre a valorização do trabalho na empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • 70% não consideram seu trabalho valorizado pela empresa; • 30% consideram seu trabalho valorizado pela empresa.
<p align="center">Sobre a participação nos ganhos da empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% considera importante participar dos ganhos da empresa.
<p align="center">Sobre o código de ética do Banco do Brasil</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% afirmam conhecer o código de ética.
<p align="center">Se a empresa leva em consideração a causa social e ambiental na formatação de suas linhas de crédito</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% responderam que sim.
<p align="center">Se o Banco do Brasil, na concessão do crédito, considera a RSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100% responderam que sim.
<p align="center">Se o Banco do Brasil já publicou o Balanço Social</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1% não sabe; • 99% sabem da publicação;

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em 2006, os setores de tecnologia e de logística do Banco do Brasil buscaram uma aproximação com a área voltada para os negócios. O resultado foi à criação e aprimoramento dos produtos e serviços, que trouxeram maior comodidade aos clientes e contribuíram para o lucro da Empresa. O Banco do Brasil tornou-se líder de uso da internet pelos clientes e também foi o primeiro banco a oferecer uma solução completa de atendimento pelo celular.

Com o advento da tecnologia também houve uma diminuição no quadro de funcionários. A busca da terceirização dos serviços como prática para diminuição dos custos da empresa não é bem vista por seus empregados e pela própria comunidade onde se encontra instalada, pois o desemprego ocasiona queda na economia local, gerando insatisfação. Em um primeiro momento sob a ótica da competitividade, a redução de mão-de-obra, que é um custo elevado, e sua substituição por sistemas automatizados, otimiza os resultados da organização. É a necessária eficiência da empresa, via racionalização de custos, em contra ponto com as necessidades do ser humano.

No desenvolvimento econômico e social do País, o Banco do Brasil tem quase 200 anos de história. A sua participação em setores importantes, porém pouco atraentes para seus pares no mercado financeiro, é vital para minimizar o crescente quadro de carências da sociedade brasileira. Captar recursos no mercado e aplicá-los com rendimento muito baixo e alto risco de retorno é uma das tarefas executadas pelo banco. Entre as ações implementadas mencionamos: PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – uma iniciativa do Governo Federal, com empréstimos no valor de R\$ 5,1 bilhões em 2006 que beneficiaram mais de 1 milhão de agricultores, e o BB Crédito PRONTO – destinados a clientes

com renda de até R\$ 1.mil, onde o BB é responsável por 97,2% do volume contratado no mercado.

Cabe ainda ressaltar a atitude da CASSI – Caixa de Assistência dos Funcionários do Banco do Brasil, ao permitir a inclusão de homo-afetivos (companheiros de mesmo sexo) como beneficiários na assistência médica.

A sociedade, entretanto, vai julgar o mérito da empresa quanto à sua utilidade social. Isto torna importante a divulgação do Balanço Social, porque viabiliza a sociedade o conhecimento dos esforços da instituição em atender o que dela é esperado, além de se constituir em uma poderosa ferramenta de *marketing* (Melo Neto e Froes, 1999).

O presente trabalho propôs apurar o conteúdo do Balanço Social de 2006 do Banco do Brasil e em uma análise verificar se as evidências apresentadas nessa demonstração são capazes de comprovar o exercício da responsabilidade social da Instituição e verificar a importância da instituição como empresa socialmente correta, capaz de retornar à sociedade não somente produtos e serviços bancários, mas também ações de cunho social. Buscava ainda aferir a avaliação dos funcionários do Banco do Brasil, Agência Nazaré em Belém (PA), sobre a estratégia da responsabilidade socioambiental da empresa.

Consideramos o Banco do Brasil uma empresa realmente responsável, promovendo o bem estar do seu público interno e externo bem como a preocupação com as questões ambientais. O Balanço Social 2006 mostra que a imagem a ser desempenhada pela instituição está em seu posicionamento estratégico em termos de seus valores e princípios éticos e a visão de longo prazo, que vem embasando as decisões e operações de seus negócios, expressos na conduta das pessoas que trabalham na empresa.

Quanto às informações obtidas através do levantamento dos dados das entrevistas aplicadas nos funcionários do Banco do Brasil na Agência Nazaré em Belém (PA), foi possível constatar, que: diversos funcionários citaram como uma ação de responsabilidade social do Banco do Brasil criar a Universidade Aberta,

firmando o convênio com a Universidade Federal do Pará. Na agência Nazaré temos 9 funcionários, sem curso superior, cursando a Universidade Aberta.

Os funcionários do Banco, em sua maioria, não reconhecem as ações sociais da empresa como tais, pois muitos participam de ações em suas comunidades e não as “enxergam” como atuação social da empresa. No mês de junho de 2007 o Banco do Brasil conjuntamente com o Governo do Estado do Pará participou da “Ação Global”, que se caracterizou em: O Banco do Brasil na emissão do CPF, Ministério do Trabalho na emissão da Carteira de Trabalho, Instituto de Identificação na emissão da Carteira de Identidade, Cartório Eleitoral com o título de eleitor. Foram emitidos milhares de documentos para a população carente do Pará. Diversos colegas atuaram neste trabalho, mas nenhum citou o mesmo durante o processo da entrevista, como uma ação da social da empresa.

É importante lembrar que a participação dos funcionários nos ganhos da empresa, PLR, cesta alimentação, auxílio creche são benefícios que também foram concedidas pela pressão dos empregados através de suas organizações sindicais, não resultando, portanto, apenas como atuação responsável do Banco.

Por fim, há recomendações que podem ser apontadas como indicações para a empresa: dar continuidade a projetos sociais voltados à comunidade, tais como investimentos em programas de erradicação da pobreza, distribuição de renda e geração de empregos mantendo a preocupação com as questões ambientais, sem reduzir a prioridade aos seus colaboradores diretos. Investir em mais diálogo com o colaborador, treinamento, apoio a todos sem diferenciação, uma vez que a maioria dos funcionários considera não ser reconhecido o seu valor na empresa. Criar alternativas para envolver mais os empregados em programas institucionais, bem como em projetos de trabalho voluntário e por fim procurar de alguma forma acompanhar o “Programa do Adolescente Trabalhador e o Programa de Estagiários” com vistas a incluir os mesmos no mercado de trabalho, imediatamente ao desligamento do Banco. Cabe lembrar, porém, que o BB precisa prestar mais atenção ao tratamento dispensado por seus parceiros terceirizados a seus funcionários. Nessas instituições os direitos trabalhistas nem sempre são respeitados.

ANEXO 1 – INSTRUMENTO DE LEVANTAMENTO DE DADOS

PRÉ-TESTE DE LEVANTAMENTO DE DADOS

Perfil do colaborador entrevistado

1. Sexo?	<input type="checkbox"/> masculino		<input type="checkbox"/> feminino	
2. Faixa etária?	<input type="checkbox"/> >20-30 anos	<input type="checkbox"/> >30-40 anos	<input type="checkbox"/> >40-50 anos	<input type="checkbox"/> > 50 anos
3. Nível Hierárquico	<input type="checkbox"/> básico		<input type="checkbox"/> gerência média	<input type="checkbox"/> administração
4. Tempo de trabalho no Banco	<input type="checkbox"/> até 2 anos	<input type="checkbox"/> > 2 à 5 anos	<input type="checkbox"/> > 5 anos	
5. Grau de Instrução/Titulação	<input type="checkbox"/> 1º grau incompleto		<input type="checkbox"/> 1º grau completo	
	<input type="checkbox"/> 2º grau incompleto		<input type="checkbox"/> 2º grau completo	
	<input type="checkbox"/> 3º grau incompleto		<input type="checkbox"/> 3º grau completo	
	<input type="checkbox"/> Especialização		<input type="checkbox"/> Mestrado/Doutorado	

Percepção dos colaboradores quanto às Políticas de Responsabilidade Social

6. Você tem conhecimento das atividades sociais adotadas pelas empresas? <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).
--

7. Você se sente motivado a participar de projetos da empresa voltados para a atuação social e ambiental?

Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

8. Você tem conhecimento que a empresa oferece plano de aposentadoria?
 Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

9. Você conhece algum projeto da empresa voltado para a comunidade?
 Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

10. Você conhece alguma atividade desenvolvida pela empresa que preserve o meio-ambiente?
 Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

11. Você acha que seus direitos trabalhistas (férias, fundo de garantia) são respeitados?
 Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

12. Você acha que o seu trabalho é valorizado pela empresa?
 Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

13. Você considera importante participar dos ganhos da empresa?
 Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

14. Você conhece o código de ética do Banco do Brasil?
 Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

15. Você acha que o Banco do Brasil considera a causa social e ambiental na formatação de suas linhas de crédito?
 Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

16. Você acha que o Banco do Brasil, na concessão de crédito, considera aspectos de responsabilidade social (geração de empregos, atividades líticas)?
 Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

17. O que você entende por responsabilidade social?

18. O que você entende por Balanço Social?

19. Você sabe que o Banco do Brasil já publicou seu Balanço Social?
 Não Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

ANEXO 2 – TERMO DE CONSENTIMENTO

TERMO DE CONSENTIMENTO

Projeto de Pesquisa: Percepções dos colaboradores do Banco do Brasil Agência Nazaré – Pará sobre as práticas de Responsabilidade Social do Banco do Brasil

Orientadora: Prof. Rosinha Carrion

Acadêmica: Maria da Conceição Spohr

Declaro que fui informado sobre os procedimentos da pesquisa, recebi as explicações pertinentes ao projeto e que todos os dados referentes à minha pessoa serão sigilosos.

Concordo que os dados serão usados com finalidade científica, porém não deverei ser identificado por nome.

Belém (PA), _____/_____/2007.

Nome/Assinatura

ANEXO 3 – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Perfil do colaborador entrevistado

1. Sexo?		<input type="checkbox"/> masculino		<input type="checkbox"/> feminino	
2. Faixa etária?	<input type="checkbox"/> >20-30 anos	<input type="checkbox"/> >30-40 anos	<input type="checkbox"/> >40-50 anos	<input type="checkbox"/> > 50 anos	
3. Nível Hierárquico	<input type="checkbox"/> básico		<input type="checkbox"/> gerência média	<input type="checkbox"/> administração	
4. Tempo de trabalho no Banco	<input type="checkbox"/> até 2 anos		<input type="checkbox"/> > 2 à 5 anos	<input type="checkbox"/> > 5 anos	
5. Grau de Instrução/Titulação	<input type="checkbox"/> 1º grau incompleto		<input type="checkbox"/> 1º grau completo		
	<input type="checkbox"/> 2º grau incompleto		<input type="checkbox"/> 2º grau completo		
	<input type="checkbox"/> 3º grau incompleto		<input type="checkbox"/> 3º grau completo		
	<input type="checkbox"/> Especialização		<input type="checkbox"/> Mestrado/Doutorado		

Percepção dos colaboradores quanto às Políticas de Responsabilidade Social

6. Você tem conhecimento das atividades sociais adotadas pelas empresas? <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).
7. Você se sente motivado a participar de projetos da empresa voltados para a atuação social e ambiental? <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

8. Você tem conhecimento que a empresa oferece plano de aposentadoria?
() Não () Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

9. Você conhece algum projeto da empresa voltado para a comunidade?
() Não () Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

10. Você conhece alguma atividade desenvolvida pela empresa que preserve o meio-ambiente?
() Não () Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

11. Você acha que seus direitos trabalhistas (férias, fundo de garantia) são respeitados?
() Não () Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

12. Você acha que o seu trabalho é valorizado pela empresa?
() Não () Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

13. Você considera importante participar dos ganhos da empresa?
() Não () Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

14. Você conhece o código de ética do Banco do Brasil?
() Não () Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

15. Você acha que o Banco do Brasil considera a causa social e ambiental na formatação de suas linhas de crédito?
() Não () Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

16. Você acha que o Banco do Brasil, na concessão de crédito, considera aspectos de responsabilidade social (geração de empregos, atividades líticas)?
() Não () Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

17. O que você entende por responsabilidade social?

18. O que você entende por Balanço Social?

19. Você sabe que o Banco do Brasil já publicou seu Balanço Social?
() Não () Sim. Indique alguma(s) razão(ões). (por quês).

ANEXO 4**Balanco Social Anual / 2006 do Banco do Brasil**

1 – Base de cálculo	2006 Valor (Mil reais)		
Receita líquida (RL)	61.014.301		
Resultado Operacional (RO)	6.043.777		
Folha de pagamento bruta (FPB)	7.024.235		
2 – Indicadores Sociais Internos	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	606.990	8,64%	0,99%
Encargos sociais compulsórios	1.550.902	22,08%	2,54%
Previdência privada	460.882	6,56%	0,76%
Saúde	402.168	5,73%	0,66%
Segurança de saúde no trabalho	26.932	0,38%	0,04%
Educação	0	0,00%	0,00%

Cultura	0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	62.726	0,89%	0,10%
Creches ou auxílio-creche	36.937	0,53%	0,06%
Participação nos lucros e resultados	773.098	11,01%	1,27%
Outros	0	0,00%	0,00%
Total – Indicadores sociais internos	3.857.909	54,92%	6,32%
3 – Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	20.900	0,35%	0,03%
Cultura	31.324	0,52%	0,05%
Saúde e saneamento	0	0,00%	0,00%
Esporte	45.600	0,75%	0,07%
Combate à fome e segurança alimentar	1.802.180	29,82%	2,95%
Outros (Fundos da Infância e Adolescente – FIA)	7.901	0,13%	0,01%
Total das contrib. para a sociedade	1.907.905	31,57%	3,13%
(excluídos encargos sociais)	(1.321.142)	(21,68%)	(2,17%)
Total – Indicadores sociais externos	3.229.047	53,43%	5,29%
4 – Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	0	0,00%	0,00%
Em programas e/ou projetos externos	38	0,00%	0,00%
Total dos investimentos em meio ambiente	38	0,00%	0,00%
Quanto ao estabelecimento de “metas anuais” () não possui metas			

para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	<input type="checkbox"/> cumpre de 0 à 50% <input checked="" type="checkbox"/> cumpre de 51 à 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 à 100%		
5 – Indicadores do Corpo Funcional	2006		
Nº de empregados(as) no final do período	82.672		
Nº de admissões durante o período	2.843		
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	5.999		
Nº de estagiários(as)	9.947		
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	24.452		
Nº de mulheres que trabalham na empresa	29.637		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	28,42%		
Nº de negros(as) de trabalham na empresa	16.964		
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	18.89%		
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	1.473		
6 – Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2006		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	18,8x		
Número total de acidentes de trabalho	641		
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerência	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados (as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados (as)	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Quanto a liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e á representação interna do(as) trabalhadores (as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input checked="" type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT
A previdência complementar contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados (as)

A participação dos lucros e resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input checked="" type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input checked="" type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	Na empresa 222.524	No Procon 182	Na Justiça 20.696
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas	Na empresa 100%	No Procon 100%	Na Justiça 35,81%

Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2006: 16.012.502
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	14,03% governo 48,23% colaboradores(as) 15,10% acionistas 0% terceiros 22,64% retido

7 – Outras Informações

Banco do Brasil S/A – Brasília – DF – CNPJ: 00.000.000/0001-91
 Para esclarecimentos sobre as informações declaradas: Marco Geovanne Tobias – (61) 3310-3980 – <ri@bb.com.br>
 Esta empresa não utiliza mão-de-obra infantil ou trabalho escravo, não tem envolvimento com prostituição ou exploração sexual de crianças ou adolescentes e não está envolvida com corrupção. Nossa empresa valoriza e respeita a diversidade interna e externamente.

ABREVIATURAS

AABB – Associação Atlética do Bando do Brasil

ADCE - Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa

APL – Arranjos Produtivos Locais

BB – Banco do Brasil

CASSI – Caixa de Assistência dos Funcionários do Banco do Brasil

CPF – Cadastro de Pessoa Física – na Receita Federal

CVM – Comissão de Valores Mobiliários

DRS – Desenvolvimento Regional Sustentável

FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos

FIA – Fundos da Infância e da Adolescência

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

INEPAD – Instituto de Ensino e Pesquisa em Administração

MBA - *Master in Business Administration*

ONG's – Organizações não Governamentais

ONU – Organização das Nações Unidas

PLR – Participação nos Lucros e Resultados

PREVI – Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil

RSA – Responsabilidade Social e Ambiental

BIBLIOGRAFIA

CAMPOS, L.M.S. **Um estudo para definição e identificação dos custos da qualidade ambiental.** Dissertação de Mestrado – UFSC. Florianópolis. 1996.

CHAROUX, Ofélia Maria Guazzelli. **Metodologia:** processo de produção, registro e relato do conhecimento. São Paulo: São Paulo, 2004.

D'AMBRÓSIO, D. e Mello, P.C. **A responsabilidade que dá retorno social.** _Jornal Gazeta Mercantil, p. c-8, 10/11/1998.

DE LUCA, Márcia Martins Mendes e MARTINS, Eliseu. **Ecologia via contabilidade.** *Revista Brasileira de Contabilidade*, n. 86, p.20 a 29, 1994.

DRUCKER, Peter F. **O novo papel do *management*: o preço do sucesso**. In: O Futuro da empresa. São Paulo: Melhoramentos, 1977.

DRUCKER, Peter F. **Uma era de descontinuidade**. Orientações para uma sociedade em Mudança. São Paulo: Zahar,1976.

DRUCKER, Peter F. **Administrando em Tempos de Grandes Mudanças**. São Paulo: Pioneira, 1999.

ELIZONDO, Adam. **A empresa, realidade econômica e humana**. <www.fides.org.br>, p. 33 a 36, 1996.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1988.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GONÇALVES, Ernesto Lima. **No Brasil, algumas lições importantes**, <www.ibase.org.br>, p 12 a 21, 1996.

GONÇALVES, Ernesto Lima, **Balanco Social da Empresa na América Latina**, São Paulo, Pioneira, 1980

GRZYBOWSKI, Cândido. **Um arranhão no pensamento dominante**. <www.ibase.org.br> , Março/Junho, 2001.

IUDÍCIBUS, Sérgio de, MARTINS, Eliseu e GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Contabilidade social**. Contabilidade e informação, Ed.Unijuí, p. 7 a 12, Abril, 1998.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Contabilidade Social-ferramenta gerencial**. Revista Brasileira de Contabilidade, n. 120 p. 28 a 38,1999.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balço Social: teoria e prática**, São Paulo: Atlas, 2000, p.162.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LANDIER, Hubert. **A propósito do balanço social na França**. <www.fides.org.br>, p. 21. à 25, 1996.

LORENZO, LÍlian Fernández et al. **Balço social cooperativo integral**. Revista Cuaderno 5. p. 20 à 26, 1997.

MAIMON, Dália. **ISO 14001: passo a passo da implantação nas pequenas e médias empresas**. Rio de Janeiro: Qualitymark, Apoio SEBRAE, 1999.

MARTINS, Eliseu e DE LUCA, Márcia m. Mendes. **Contabilidade Ambiental – Trabalho apresentado na XX Conferência Interamericana em Santo Domingo - República Dominicana**, publicada na Revista Brasileira de Contabilidade, Setembro 1993.

MARTINS, VinÍcius A. **Temática contábil – contabilidade social – da origem à prática atual**. – 1ª, 2ª e 3ª partes. Boletim IOB, p.5 à 10, 1 à 11 e 3 à 10, outubro, novembro e dezembro, 1999.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing: **Metodologia e Planejamento**. São Paulo: Atlas, 1997. Vol. 1.

MCINTOSCH, Macolm et al. **Cidadania corporativa: estratégias bem sucedidas para empresas responsáveis**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MEADOWS, Donella H. **Limites do crescimento: um relatório para o projeto do Clube de Roma sobre o dilema da humanidade**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. **Responsabilidade social & cidadania empresarial – a administração do terceiro setor**. 1 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

PEROTTONI, Marco Antônio e CUNHA, Aromildo Sprenger. **Balço Social**. *Revista Brasileira de Contabilidade*, nº 104, p. 12 a 20, Março/Abril, 1997.

PEREIRA, Anísio Cândido. **Contabilização e estruturação das demonstrações contábeis de sociedades cooperativas – um enfoque social**. *Revista Brasileira de contabilidade*, nº 106, p. 12 a 20, Julho/Agosto, 1997.

QUEIROZ, Adele et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

Revista Exame – **A hora e a vez do verde**. Encarte da Revista Exame. Ed. Abril, outubro, 1999.

RIBEIRO, Maisa de Souza e LISBOA, Lázaro Plácido. **Balço Social**. *Revista Brasileira de Contabilidade*, nº115, p. 72 à 81, Janeiro/Fevereiro, 1999.

ROCHA, Adriana Soares da et al. **Balço Social e sua contribuição para a competitividade empresarial e o resgate da cidadania**. Trabalho de Conclusão - Faculdades Integradas “Campos Salles”.São Paulo, 2003.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1996.

ROSENBERG, Cyntia; FERRAZ, Eduardo. **Sua empresa é verde?** *Revista Época Negócios*, n.2. Editora Globo. Rio de Janeiro, abril de 2007, p.44 a 63.

SANTOS, Odilanei Moraes dos e SILVA, Paula Danyelle da. **A responsabilidade social – um enfoque ao balanço social**. *Revista Brasileira de Contabilidade*, n. 118, p. 74 a 82, Julho/Agosto, 1999.

SÁ, Antônio Lopes de. **Contabilidade e balanço social**. *Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais*, <www.crcmg.org.br>, p. 1 a 7, 1999.

SCHWEZ, Nicolau. **Responsabilidade social: meta e desafio do profissional de contabilidade para o próximo milênio**. *Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul*, nº 103, p. 26 a 37, Dezembro, 2000.

SILVA, César Augusto Tibúrcio e FREIRE, Fátima de Souza. **Balanço Social**. Teoria e prática. São Paulo: Editora Atlas S/A, 2001.

SILVA, Francielle Molon, **Percepções sobre práticas de responsabilidade social: estudo de caso em Indústrias de Fertilizantes**. UFRGS, 2004.

SOUZA, Maria Tereza Saraiva. **Rumo à prática empresarial sustentável**. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v.4 n. 33, Jul/Ago, p. 40 a 52, 1993.

SOUZA, Prof. Dr. Perci Coelho e SOARES, Francilene Gomes. **Responsabilidade Socioambiental**. INEPAD Instituto de Ensino e Pesquisa em Administração, 2006.

UBILLA, Miguel A Bustamente. **La gestión de la responsabilidad empresarial en España y Francia**. *Revista Panorama Socioeconômico*, nº 13, p. 36 a 47, Novembro, 1993.

VASSOLER, I & DELBONI, C. **O Brasil é campeão da desigualdade**. *Jornal O Globo*, p.10, 16/11/1998.

VERGARA, Sylvia Constant. **Pesquisa em projetos e relatórios de administração**. São Paulo: Atlas, 1998.

VICTORAZZI - Lisie de Oliveira. **Implementação da Visão da responsabilidade sócio-ambiental nas organizações MBA em Finanças Corporativas** – FGV Rio de Janeiro. 2004.

ZOLL, Andrew. **Futuro? Uma revolução ecoinovadora.** *Revista Época Negócios*, n.2. Editora Globo. Rio de Janeiro, abril de 2007, p. 64 a 71.

<http://www.bb.com.br/appbb/portal/index.jsp> - acessado em 26/05/200 - 20:16h.

http://portalexame.abril.com.br/acesso_em - acessado em 20/05/2007 - 16:06h

http://www.ibase.org.br/userimages/plano2007_rev07.pdf, acessado em 29.04.2007.

<http://www.responsabilidadesocial.com/institucional/institucional> - acessado em 13/05/2007 - 10:21h.

<http://www.abnt.org.br/default.asp?resolucao=1024X768> - acessado em 13/05/2007 - 10:02h - 20/05 - 15:44h.

<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm> - acessado em 16/05/2007 - 10:30h.

http://www.ibase.org.br/userimages/plano2007_rev07.pdf - acessado em 29.04.2007- 18:40h.

<http://eavirtual.ea.ufrgs.br/bb/interacao/correio/index.php> - acessado em 20.05.07 - 16:20h

<http://eavirtual.ea.ufrgs.br/bb/interacao/correio/index.trabalho> - Francielle Molon, acessado em 20.05.07- 17:00h

http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/autodiagnostico_setorial/default.asp – acessado em 27/05/2007 - 10:14h.