



RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO SETOR BANCÁRIO: UM ESTUDO COMPARATIVO

Edson Luis Kuzma

edson.kuzma@gmail.com

Universidade Estadual do Centro
Oeste – UNICENTRO, Irati, Paraná,
Brasil

Adriana Queiroz Silva

aqueirozsilva@uol.com.br

Universidade Estadual do Centro
Oeste – UNICENTRO, Irati, Paraná,
Brasil

RESUMO

A responsabilidade social, no contexto empresarial, é o foco de estudo e de atenção de empresas de vários ramos de atuação. Esta preocupação, necessária para a promoção do desenvolvimento das comunidades, é também um elemento-chave na questão de competitividade entre as organizações, uma vez que pode determinar o diferencial tão buscado no mercado de consumo. Desta forma, a presente pesquisa busca conhecer e analisar quais são as principais linhas de ação e diretrizes de trabalho em responsabilidade social empresarial empreendidas por empresas do setor bancário, considerando as ações desenvolvidas por cinco bancos. Através da análise de relatórios de sustentabilidade dos bancos e busca de informações em demais fontes de material secundário, observou-se que as ações de responsabilidade social residem em cinco principais eixos de trabalho, dispostas em ordem de importância e volume de investimentos, a saber: acesso à educação; gestão de riscos ambientais e controle de resíduos; apoio à cultura e ao esporte; ética e transparência empresarial e inclusão financeira. Cada qual busca influenciar e produzir impactos em públicos-alvo diferentes, com o intuito de estimular o desenvolvimento e a diminuição das desigualdades sociais mais urgentes.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial; Setor Bancário; Diretrizes de Ação.



1. INTRODUÇÃO

A responsabilidade social empresarial é um tema amplamente discutido e tomado como fator de geração e agregação de valores às empresas dos mais variados ramos e portes. É um elemento de diferenciação e de fortalecimento das relações da organização com o meio no qual ela está inserida e ao qual ela pertence. No caso dos bancos, assim como na maioria das empresas de grande porte, a tendência é de dedicar grande atenção às questões que influenciam na percepção de valor agregado ao produto ou serviço. O objetivo desta estratégia, de vincular as empresas deste setor a uma postura socialmente correta, é principalmente de desvincular seu papel de vilão, taxado pela sociedade, que os veem como organizações que buscam o lucro acima de qualquer outra pretensão (Horta, 2011). Desta forma, investimentos em ações socialmente responsáveis atreladas a programas de responsabilidade social corporativa (RSC) se tornam foco competitivo das empresas deste ramo.

Não obstante, promover ações socialmente responsáveis acabou por se tornar um requisito de qualidade que é agregado ao produto ou serviço a ser oferecido ao consumidor. Este, por sua vez, é seletivo quanto ao que consome, tecendo uma tendência crescente de aceitação de mercadorias que produzam o menor impacto possível ao meio do qual é extraído, respeitando também as questões ligadas ao desenvolvimento local da comunidade na qual a organização está inserida.

Ao adotar esta postura mais sensível e flexível ao meio no qual as organizações do setor bancário atuam, tais empresas são inculcadas na preocupação com a imagem que os seus *stakeholders* têm de sua atuação. Ações estritamente voltadas à visão econômica, em detrimento dos demais aspectos, por exemplo, podem comprometer todo um direcionamento construído pela empresa. Salienta-se, ainda, que o impacto positivo gerado pela construção de uma imagem socialmente responsável reflete-se em um período extenso de tempo, e pode ser constantemente alterado e aprimorado pelos gestores (Busch et Ribeiro, 2009).

Tendo em vista tais implicações, o objetivo da presente pesquisa é apresentar e analisar as principais diretrizes de trabalho e investimentos realizados pelo setor bancário na área de RSE, considerando como objeto de estudo cinco bancos, sendo dois deles públicos e três da iniciativa privada. São apresentados, nesta pesquisa, os principais focos de trabalho em responsabilidade social, considerando o volume de investimentos, os impactos gerados e a importância que se credita a cada uma destas linhas de trabalho. Cada diretriz desenvolve ações e projetos com foco em determinada situação-problema, direcionando recursos financeiros, humanos e estruturais, com o intuito de melhorar a condição de vida dos indivíduos por ele afetados.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Muito embora a discussão teórica acerca do tema RSE seja rica em linhas de pensamento, ainda não há uniformidade na concepção do conceito e definições, visto que cada autor defende um posicionamento que varia conforme as condições que são analisadas.

De acordo com Ashley (2003, p. 7), responsabilidade social

[...] pode ser definida como um compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e a sua prestação de contas para com ela. Assim, numa visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhora da qualidade de vida da sociedade.

Em consonância, Pena et al. (2004) defendem que a responsabilidade social pode ser também definida como o compromisso que a empresa tem com o desenvolvimento, bem-estar e melhoramento da qualidade de vida dos empregados, suas famílias e a comunidade em geral. Evidencia-se a preocupação em atrelar os objetivos organizacionais de desenvolvimento e crescimento do potencial das empresas com a melhoria das condições sociais dos *stakeholders*, que são influenciados direta ou indiretamente pelas operações das organizações.

Muito embora a responsabilidade seja uma atribuição específica do indivíduo, no caso do aspecto com foco no ambiente social em si, as responsabilidades podem ser atribuídas às organizações. Estas responsabilidades decorrem dos objetivos que justificam a própria existência de cada organização e podem ser aferidas em função dos resultados alcançados com a atividade organizacional e dos meios utilizados para fazê-lo (Barrett, 2011). Desta forma, quando se busca conhecer as dimensões de responsabilidades de uma empresa perante a sociedade, situa-se a condução da análise no contexto organizacional, ou seja, no questionamento do que a sociedade almeja que seja fruto da ação coletiva empreendida. Os indivíduos, quando agem no contexto de uma determinada organização, assumem posições de acordo com as suas potencialidades, com o intuito de contribuir para o cumprimento das responsabilidades organizacionais assumidas. Especificamente quando se fala em responsabilidade social, em que há programas e ações previamente planejadas e articuladas, os gestores e colaboradores são, também, individualmente responsáveis pelos atos praticados em nome da sua empresa, ainda que de forma subsidiária.



Para Bezerra (2007), a responsabilidade social deve ser entendida como orientação para os outros. Suas dimensões, complexas e interligadas direta e indiretamente com o meio social do qual tem origem, é exteriorizada em múltiplas demandas, que têm ligação muito próxima com o ambiente do qual tem origem, a saber: relações de parcerias entre os clientes e os fornecedores; produção com qualidade ou adequação ao uso com plena satisfação dos usuários; contribuições para o desenvolvimento da comunidade; investimento em pesquisa tecnológica; conservação do meio ambiente; participação dos trabalhadores nos resultados e nas decisões da empresa; respeito aos direitos dos cidadãos; não discriminação de gênero, raças, religiões, etc.; investimento em segurança do trabalho e em desenvolvimento profissional, entre outros.

Tomando por foco a articulação dos objetivos da sociedade, aliado à potencialidade de geração de mudanças e transformações por parte das organizações, o Instituto Ethos define RSE como uma forma de gestão que se pauta pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona. Além disso, destaca-se a ótica do estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (Instituto Ethos, 2005).

É justamente o fato de uma organização ser bem sucedida na sociedade que a impele à necessidade de atuar de forma socialmente responsável no mercado, atentando ao impacto que causa a fim de diminuí-lo. Desta forma, as empresas não apenas contribuem com a sociedade através de ações socialmente responsáveis, mas como são bem sucedidas, acabam por ter condições de oferecer aos seus colaboradores e parceiros melhores condições de trabalho e o estabelecimento de parcerias pautadas na reciprocidade de benefícios (Machado Filho, 2002).

Não há como manter-se em um mercado globalizado competitivo sem acompanhar a necessidade que se faz presente aos consumidores, atentando para a variação de suas preferências com relação ao consumo de produtos e serviços (Porter et Kramer, 2006). As disparidades e desigualdades sociais demandam a reformulação da forma como se é pensado o desenvolvimento econômico e social. Não há como desenvolver-se, de forma sustentável e contínua, sem considerar o uso racional dos recursos e a demanda social com relação ao posicionamento das empresas ao longo do tempo (Tachizawa, 2002).

Portanto, a responsabilidade social das organizações implica na integração de preocupações de cunho ético e moral na construção das suas políticas e estratégias, atentando-se, ao mesmo tempo, para as legítimas expectativas dos acionis-

tas e proprietários e daqueles que são passíveis de receber algum tipo de influência ou impacto das suas atitudes. Por se tratar de uma reflexão que envolve um julgamento subjetivo sobre o conceito de empresa, sobre o papel do Estado e sobre quais devem ser os beneficiários da ação empresarial, a definição, por parte de cada empresa, dos limites e das fronteiras da RSE implica inevitavelmente em uma avaliação ética das opções disponíveis (Almeida, 2007). Este julgamento ético, consciente ou inconsciente, tem uma influência decisiva na forma como cada empresa encara as suas responsabilidades e compromissos perante a sociedade.

As empresas têm, pois, responsabilidade na amenização dos problemas sociais e ambientais, pois têm poder e influência política e habilitação para movimentar recursos financeiros, estruturais e tecnológicos para desenvolver ações que efetivamente reflitam a preocupação com os demais elementos sociais (Young, 2004). Desta forma, evidencia-se a necessidade e a urgência de se discutir a responsabilidade empresarial no contexto das organizações, sobretudo em virtude de seus impactos positivos, tanto em relação à promoção da empresa, quanto à melhoria das condições de vida das pessoas por ela influenciadas.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De acordo com a proposta de pesquisa, o presente estudo classifica-se como sendo de caráter estritamente qualitativo, uma vez que é acentuada a natureza social de construção da realidade, a partir da descrição e análise pormenorizada dos fatos. Para Gil (2008), o método qualitativo é um dos mais adequados na compreensão e desenvolvimento inicial de uma fundamentação teórica para um dado fenômeno de interesse, uma vez que há uma relação dinâmica entre o mundo real e a subjetividade do sujeito ou fenômeno analisado que, muitas vezes, não pode ser traduzido ou codificado em números.

Conforme os objetivos, Santos (2000) aponta que o modelo de pesquisa descritiva, que é adequado à classificação do presente estudo, busca proporcionar a descrição das características de determinada população ou fenômeno, através do estabelecimento de variáveis. A partir do conhecimento das relações entre as variáveis, pretende-se determinar a natureza desta relação. Para o autor, a pesquisa descritiva é habitualmente ligada a temas que estabeleçam proximidade com as suas relações práticas, sobretudo quando se trata de informações de caráter qualitativo.

Em relação ao universo de pesquisa, optou-se por se trabalhar apenas com as instituições públicas e privadas, excluindo, desta forma, as cooperativas de crédito e as demais associações ou organizações financeiras. O critério contribui para delimitar a abrangência e alcance da pesquisa, de for-



ma que não se perca o foco da análise, englobando um número muito grande de sujeitos. Portanto, conforme estabelecido, as organizações selecionadas foram o Banco do Brasil S.A., a Caixa Econômica Federal, que são as duas instituições públicas; o Bradesco, o Itaú Unibanco e o HSBC Bank Brasil S.A., instituições bancárias de capital privado.

Para elaboração da análise e desenvolvimento dos objetivos de estudo, optou-se por uma pesquisa documental que, de acordo com Marconi et Lakatos (2003), consiste na busca de dados e informações que está restrita a documentos, escritos ou não, impressos ou digitais, constituindo o que se chama de fonte primária de pesquisa, que podem, inclusive, já terem sido tratados e processados anteriormente. Portanto, as principais fontes diretas de coleta de dados foram os demonstrativos e relatórios anuais produzidos pela Federação Brasileira dos Bancos (FEBRABAN), assim como os relatórios publicados pelos bancos objetos de estudo. Cada instituição divulga, periodicamente, para conhecimento dos diversos *stakeholders* envolvidos pela empresa, informações econômico-financeiras, de governança e de sustentabilidade econômica, social e ambiental.

Na construção da análise dos relatórios, considerando tanto os dados fornecidos pela FEBRABAN quanto pelos bancos objeto de estudo, propôs-se a discussão dos resultados com base em cinco eixos principais de ações, por ordem de importância, a saber: acesso à educação; gestão de riscos ambientais e controle de resíduos; transparência e ética; apoio à cultura e ao esporte; e inclusão financeira. Considera-se que, de um modo ou de outro, todas as instituições desenvolvem conjuntos de ações e mantém programas voltados a cada uma destas áreas, fato que viabiliza a condução da pesquisa segundo estes elementos.

4. DIRETRIZES DE AÇÃO EM RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO SETOR BANCÁRIO

Conforme exposto, a presente pesquisa visa a identificar os principais eixos de ações de RSE empreendidas em instituições bancárias. Para tanto, propôs-se a busca do conhecimento das principais diretrizes que norteiam as ações de responsabilidade social nos bancos pesquisados, com o intuito de definir quais são as principais linhas de trabalho destas organizações no que tange à responsabilidade social. Assim, de acordo com os objetivos propostos e considerando a metodologia de coleta e análise de dados estabelecida, optou-se por se desenvolver a análise das ações de responsabilidade social dos bancos objetos de estudo, considerando os relatórios e informações fornecidas pela FEBRABAN e os relatórios anuais e dados disponibilizados por cada uma das instituições bancárias. A apresentação e discussão dos resultados baseiam-se em cinco eixos principais de ações,

a saber: acesso à educação; gestão de riscos ambientais e controle de resíduos; apoio à cultura e ao esporte; transparência e ética empresarial; e inclusão financeira.

Anualmente, cada banco divulga relatórios com uma gama de informações referentes ao trabalho e aos resultados obtidos durante o período, elencando resultados de ordem financeira, estrutural, lucros, investimentos, perspectivas de mercado, projeções de expansão de operações, incremento de receitas, subsídios de treinamento de funcionários, entre outros. Juntamente com estes, também são apresentadas as ações desenvolvidas com foco na responsabilidade social e no desenvolvimento sustentável como um todo, que engloba também aspectos de ordem econômica e ambiental. Estes relatórios, além de servirem como apoio ao gerenciamento e à tomada de decisões, auxiliam na divulgação do esforço empreendido pelos bancos em relação à causa social, levando tais informações a conhecimento da comunidade e dos diversos *stakeholders*.

Entretanto, é importante considerar que, muito embora seja necessária a apresentação destas informações aos diversos públicos interessados de maneira clara e precisa, boa parte dos dados é exposto de forma dificultosa e esparsa. Os relatórios e demonstrativos não tratam especificamente apenas das ações de responsabilidade social. Em sua maioria, apresentam informações de cunho gerencial, estratégico e dados do ambiente macroeconômico e de desempenho financeiro. Portanto, não se pode encontrar, nestes materiais, capítulos falando exclusivamente destes temas, sob a ótica da RSE, ou que tragam informações pontuais. Os dados utilizados foram selecionados e filtrados destes relatórios, de acordo com a proposta de pesquisa. Os temas pouco ricos em discussão foram acrescidos de contribuições de outras fontes de pesquisa, como os próprios sites dos bancos e de demais instituições, como o Instituto Ethos e Akatu.

Apointa-se que todos os bancos supracitados desenvolvem ações, políticas, conjuntos de iniciativas ou programas voltados a cada uma destas esferas, fato que viabiliza e justifica a realização da pesquisa segundo estes critérios. Ademais, em todos os relatórios e materiais consultados, pode ser encontrada a menção destes temas, que são tratados na mesma ordem de importância pelos bancos com que são dispostos sequencialmente nesta pesquisa. Outro fato a ser considerado é que, conforme exposto, os três primeiros conjuntos de iniciativas são os maiores eixos gerais de atuação da maioria das organizações e, portanto, complementam a escolha destes.

A seguir, são apresentadas as principais diretrizes identificadas e analisadas em relação às ações socialmente responsáveis desenvolvidas pelos bancos, conforme segue.



4.1. Acesso à educação

O apoio ao acesso à educação é o principal foco de trabalho dos bancos, e é também o principal destino dos investimentos realizados. Considera-se a educação como um elemento de cunho estratégico, uma vez que, além de possibilitar a formação de profissionais qualificados para o mercado de trabalho, promove a médio e longo prazo a inclusão social dos indivíduos, que passam a fazer parte do mercado de consumo dos serviços e produtos bancários. Desta forma, boa parte dos bancos mantém fundações específicas para atendimento do critério educação, principalmente no caso das instituições privadas, como a Fundação Bradesco que é mantida exclusivamente por fundos privados e é considerada referência internacional em qualidade de ensino (Fundação Bradesco, 2014). Nestas fundações, há a promoção de projetos próprios de incentivo à formação educacional de públicos considerados em vulnerabilidade social e de baixa renda, objetivando a inclusão social através de educação gratuita e de qualidade equivalente a padrões internacionais. Além destes, há o fomento, investimento e financiamento de projetos da iniciativa de entidades da sociedade civil organizada, que são criteriosamente selecionados para receberem recursos e apoio das fundações, sendo inclusive acompanhadas por profissionais capacitados.

Já os bancos públicos mantêm as universidades corporativas, que têm foco na formação e qualificação profissional, sobretudo de seus colaboradores. As Universidades Corporativa da Caixa e do Banco do Brasil atuam com o propósito de identificar e promover os recursos necessários ao desenvolvimento do corpo de empregados, clientes, fornecedores, parceiros e da comunidade em geral, a fim de cumprir suas estratégias empresariais como empresa socialmente responsável (Caixa Econômica Federal, 2014). Este modelo de aprendizagem empregado busca democratizar o acesso ao ensino profissionalizante, valorizando o espaço de interlocução entre os participantes do processo de ensino, com o estímulo à reflexão, à criatividade e ao compartilhamento de ideias, críticas e sugestões em relação aos valores que contribuem para o crescimento do indivíduo em seu processo de evolução social e cultural (Fundação Banco do Brasil, 2014).

Salienta-se que, em relação ao apoio à educação, as informações podem ser facilmente encontradas e em riqueza de detalhes, uma vez que se trata do principal eixo de atuação dos bancos. Não obstante, como não existe nenhuma obrigação legal ou imposição governamental para investimento neste segmento, como ocorre com a transparência empresarial e a inclusão financeira, este é considerado o maior segmento de articulação dos bancos que atenta genuinamente para a ação socialmente responsável.

Portanto, é reconhecida, por parte dos bancos, a importância que é devida à educação enquanto meio de trans-

formação da realidade social e de capacitação de profissionais das mais variadas áreas, incluindo neste contexto a profissionalização dos colaboradores que atuam nos próprios bancos. A educação é considerada um importante facilitador para o ingresso no mercado de trabalho cada vez mais competitivo e globalizado, em que se busca o aprimoramento constante das capacidades intelectuais e da especialização de conhecimentos. Não apenas os bancos, mas também os próprios profissionais acreditam que uma boa educação, adequada principalmente com padrões de excelência a nível internacional, torna os indivíduos mais independentes e auxilia na construção de uma carreira de valor (FEBRABAN, 2010).

4.2. Gestão de riscos ambientais e controle de resíduos

A gestão de riscos ambientais e controle de resíduos, muito embora não represente grande impacto na forma de trabalho dos bancos, considerando seu baixo nível de produção e emissão de resíduos, é trabalhada pelos mesmos, sobretudo em virtude de obrigações legais, em nível nacional, e incorporação de protocolos e certificação ambiental, em nível internacional. Assevera-se que os principais compromissos assumidos pelas instituições bancárias são fruto de acordos e pactos mundiais, que restringem, regram e padronizam medidas de controle do impacto ambiental gerado. Boa parte desta normatização está focada na destinação correta de resíduos, ecoeficiência na utilização de recursos e apoio e desenvolvimento de projetos de manutenção e conservação dos recursos naturais, sobretudo fauna e flora locais. Neste contexto, destaca-se o trabalho do Banco HSBC, que desenvolve ações globais e locais neste sentido, perfazendo o maior projeto de gestão ambiental que se tem registro neste segmento econômico. Neste tópico, a exemplo do que ocorre com o acesso à educação, as informações são facilmente encontradas e amplamente divulgadas.

Nota-se, de maneira geral, que os maiores bancos brasileiros praticam e desenvolvem ações consideravelmente consistentes voltadas à gestão de seus riscos ambientais, assim como de controle da destinação dos resíduos por eles produzidos. No universo de pesquisa dos bancos selecionados, cada um deles é signatário ou participante de pelo menos um dos grandes indexadores de responsabilidade ambiental existentes, como os Princípios do Equador, o Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) e os Princípios do Investimento Responsável (PRI), além do *Dow Jones Sustainability Index*, de Nova York, e o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&F BOVESPA.

Dos cinco bancos pesquisados - Banco do Brasil S.A., Caixa Econômica Federal, Itaú Unibanco S.A., Bradesco e HSBC Bank Brasil S.A., dois (Banco do Brasil S.A. e Itaú Unibanco S.A.) já produzem seus relatórios de sustentabilidade de



acordo com o modelo proposto pela *Global Reporting Initiative* (GRI), enquanto os demais utilizam o modelo mais antigo estabelecido pela Comissão Brasileira para o Relato Integrado, aceito pelo *International Integrated Reporting Committee* (IIRC). O modelo de relatório proposto pela GRI e formalizado em 2013, busca auxiliar os bancos no aprimoramento de suas práticas ambientais ou até mesmo ajudá-los a construir sua plataforma socioambiental, no caso daqueles que não a tem. Através de uma parceria de cooperação técnica entre a *Global Reporting Initiative* e a FEBRABAN, as instituições financeiras serão capacitadas em um programa especialmente desenvolvido para o setor, que acompanha as evoluções das legislações ambientais nacionais e internacionais.

Esta parceria foi anunciada em 2013 durante uma edição do evento Café com Sustentabilidade, que é promovido desde 2007. Os cafés são oportunidades para representantes de bancos associados, organizações sociais e governamentais, federações e empresas públicas e privadas manifestarem sua opinião sobre práticas ligadas ao desenvolvimento sustentável. Com base nas discussões desses encontros, é organizada a publicação de uma série de cadernos, com o intuito de disseminar e multiplicar as experiências e os conhecimentos oriundos do debate. Entretanto, com a consolidação da parceria dos bancos com a GRI em 2013, este evento tornou-se um meio vinculado de divulgação da nova proposta de plataforma socioambiental.

A atuação dos bancos, embora causem um impacto ambiental relativamente pequeno pela característica de sua forma de trabalho, leva estas empresas a pensarem em elementos que viabilizem o aumento da eficiência no consumo de recursos como água, energia e papel em suas instalações, além de reduzir as emissões de outros resíduos e gases de efeito estufa. Portanto, as ações em gestão ambiental não focam apenas projetos externos, que envolvem a comunidade, mas têm sua origem na mudança de comportamentos e postura no interior da própria organização.

Isto posto, os bancos investem em duas frentes distintas de trabalho: uma que parte do interior da própria organização, com a racionalização e uso consciente de recursos, bem como a destinação correta de resíduos; e outra que envolve a comunidade e demais instituições, e promove a recuperação e preservação da fauna e da flora, considerando um contexto mais amplo e complexo da questão ambiental.

No que se refere aos processos internos, os bancos investem principalmente em ações que visam à economia de água e energia, à redução do uso de papel nos trabalhos de administrativos e à coleta seletiva e reciclagem de materiais e programas de tecnologia de informação, que promovam a racionalização e a redução do consumo de recursos. Isso não apenas leva ao menor consumo de materiais, beneficiando

o meio ambiente, mas também induz à redução de custos, uma vez que a utilização dos mesmos será consideravelmente menor. Outro fator importante é a adoção do conceito de ecoeficiência, que engloba várias ações internas e promove a gestão eficiente e consciente dos recursos.

Em relação às ações com foco no ambiente externo à organização, destacam-se os investimentos e a criação de programas com foco na preservação e reconstituição da fauna e flora. Tais iniciativas têm impacto global, uma vez que repercutem num cenário com maior abrangência, influenciando comportamentos e a qualidade do meio numa escala de maior proporção. As principais ações visam à conservação das florestas e das águas, assim como à preservação da fauna.

Em relação às várias formas de conservação e preservação dos recursos naturais, as ações e programas são desenvolvidos em parceria com instituições especializadas, que atuam inclusive em projetos de abrangência global. Considera-se a gestão ambiental uma questão de impacto mundial, uma vez que ações tomadas com referência a esta área podem impactar, positiva ou negativamente, no mundo todo. Neste ponto, as principais ações residem na conservação das águas, sobretudo através de projetos que objetivem a participação, voluntariado, comunicação, disseminação de informação, geração de trabalho e renda por meio do desenvolvimento de ações de preservação ambiental; na conservação das florestas, o foco é a formação de parcerias no Brasil e ao redor do mundo, com organizações não governamentais, governos e empresas do setor privado, com o intuito de produzir resultados reais e tangíveis nas áreas de pesquisa científica, projetos-piloto, tecnologias limpas e políticas de governo voltadas sobretudo à recomposição de áreas degradadas e à conservação de áreas verdes ou com vegetação natural remanescente.

4.3. Apoio à cultura e ao esporte

O apoio à democratização do acesso ao esporte e à cultura, ainda que não represente o principal foco de trabalho dos bancos objetos de estudo, é o que mais recebe atenção em relação à divulgação e marketing. Tradicionalmente, as instituições que mais se empenham nesta linha de atuação são os bancos públicos. O Banco do Brasil e a Caixa Econômica, assim como os demais, apoiam, principalmente, projetos desenvolvidos ou coordenados pela sociedade civil, com o intuito de promover a inclusão social das pessoas pelo esporte e acesso a manifestações culturais variadas. E, também, são ramos de trabalho amplamente divulgados via mídia, entretanto, contam com recursos reduzidos quanto à apresentação de informações consolidadas em relatórios ou demonstrativos, por exemplo, em comparação com as demais.



O empenho dos bancos em apoiar projetos voltados ao incentivo ao esporte e à cultura reforça o papel que estes buscam desempenhar em sociedade. Da mesma forma que ocorre com os investimentos em educação, estes esforços e investimentos são destinados, genuinamente, para o desenvolvimento de ações socialmente responsáveis espontâneas, uma vez que não há obrigação legal ou qualquer outra forma de imposição ou de coação em realizá-los. E, na maioria das vezes, o que ocorre é o apoio a projetos coordenados pela sociedade civil organizada, que promovem atividades em vários ramos e contemplam vários aspectos, que podem ir desde apresentações musicais e teatrais a patrocínios de atletas em comunidades carentes (FEBRABAN, 2011).

Este setor recebe menos recursos na forma de investimentos que o apoio à educação, por exemplo, mas tem igual importância no contexto da modificação das condições sociais das pessoas. Sobretudo em ambientes carentes, o incentivo ao esporte dá oportunidades de crescimento e inclusão a jovens de baixa renda como nenhuma outra ação pode fazer. Através disso, inclusive, estas pessoas podem ter acesso a demais condições básicas de vida, como a educação. Em relação à cultura, a importância creditada é a mesma, uma vez que também promove a inclusão e o acesso de pessoas, além de possibilitar que estes indivíduos possam vir a ser futuros artistas, músicos ou escritores.

4.4. Ética e transparência empresarial

É reconhecido, tanto por parte dos bancos quanto pelas instituições sociais organizadas, como a Associação Brasileira de Defesa do Consumidor - PROTESTE, que é preciso, cada vez mais, o direcionamento de ações realmente concretas com vistas à transparência das atividades empresariais bancárias. De acordo com a FEBRABAN (2013), há uma necessidade crescente de estímulo ao comportamento ético e responsável, o que inclui a transparência como um requisito essencial que reforça o diálogo permanente com a sociedade.

A ética e a transparência empresarial são os principais pontos fracos das políticas e programas desenvolvidos por estas empresas. Além de fazer parte de uma obrigação legal, estes temas devem ser atendidos por livre iniciativa, buscando o bom relacionamento entre os parceiros comerciais, governo e, principalmente, os clientes. Mas o tratamento que se dá a este fator crítico de relacionamento com os *stakeholders* é pouco considerado e ainda menos discutido. Ainda que haja um discurso em torno deste tema, remetendo à sua importância, efetivamente o que ocorre é a omissão de boa parte das informações que seriam indispensáveis ao poder de escolha dos clientes. A cobrança de taxas de forma abusiva e a falta de transparência em relação às ações praticadas são as principais usuras exercidas, que apenas

agregam valor ao empresário e acionistas em detrimento da grande massa de colaboradores e clientes.

A emissão de relatórios de desempenho e de sustentabilidade, neste ponto, são instrumentos que permitem maior transparência, mas são de pouca visibilidade e de difícil acesso ao público interessado. Neste quesito, tendo avaliação menos negativa em relação aos demais, o Itaú Unibanco é considerado um dos mais transparentes, devido sobretudo às suas parcerias com as instituições Akatu e Ethos.

A transparência é uma exigência legal imposta às operações bancárias, sendo considerada imprescindível à adoção de uma postura ética na relação entre o banco e seus *stakeholders*, sejam eles colaboradores, clientes ou parceiros comerciais.

De acordo com a PROTESTE (2014), dos sete maiores bancos em operação no País, que inclui todas as empresas objetos deste estudo, além do Citybank e do Santander, nenhum banco adota a taxa real de câmbio nos cartões de crédito em operações de compra internacional. Todos praticam taxas acima daquelas estipuladas pelo Banco Central, o que gera um ganho adicional injusto sobre as compras. Considerando por referência o mês de maio de 2014, numa compra de US\$ 1 mil, a variação entre a taxa efetiva de câmbio e a taxa cobrada gerou, apenas nesta operação, um ganho injustificado de US\$ 114.

Com base no conhecimento destas informações, percebe-se a necessidade latente por uma postura que realmente mude esta condição de desvantagem e de impossibilidade de escolha que os bancos submetem seus consumidores. É preciso uma modificação no discurso praticado pelos bancos em relação à transparência empresarial, em resposta a estas práticas abusivas, e ainda mais urgente é a precisão de alinhar o discurso à prática, fato que ainda é distante.

Entretanto, ainda que ações efetivas não sejam desenvolvidas de modo a modificar este quadro a curto prazo, a partir do ano de 2013, bancos como o Itaú Unibanco, o HSBC e o Banco do Brasil direcionam esforços a fim de melhorar este relacionamento com a sociedade.

O Banco HSBC trabalha em parceria com o Instituto Ethos de Responsabilidade Social, aplicando avaliações periódicas para identificar e buscar aprimorar o seu nível de transparência. Ainda que não seja um processo de avaliação auditado, as informações obtidas podem auxiliar na tomada de decisões e na melhoria dos processos (HSBC, 2014).

O Banco do Brasil, por ser uma sociedade de economia mista, tem reafirmada sua obrigação de tornar pública toda e qualquer ação. Por meio de seu portal, informações das mais variadas modalidades podem ser acessadas pelo pú-



blico em geral, muito embora não seja fácil a localização das mesmas. E, especificamente, aos gestores públicos, sobretudo aqueles que trabalham no âmbito municipal, além das diversas funcionalidades disponibilizadas em massa, há, também, um sistema de compras públicas por meio do qual podem ser realizadas compras e contratação de serviços via pregão eletrônico, convite e cotação de preços, inclusive contando com possibilidade de disputa simultânea (Banco do Brasil, 2014).

Neste cenário, o Itaú Unibanco foi considerado pelos Institutos Akatu e Ethos como o banco com as melhores práticas de transparência e governança corporativas da América Latina nos anos de 2012 e 2013 (Akatu, 2013). Em 2014, o banco revitalizou o programa Transparência 100%, com o qual é estabelecida uma parceria com o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) e com o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon). Dentre as ações desenvolvidas, destacam-se a formação de um canal exclusivo de comunicação entre o banco e o SNDC, por meio do site do banco; a elaboração de um boletim de qualidade no atendimento destinado aos colaboradores; e parcerias com meios de comunicação abertos para a propagação da educação financeira (Itaú Unibanco, 2014).

4.5. Inclusão financeira

Uma política praticada pelos bancos é o incentivo à inclusão financeira da população que ainda não faz parte ou que não utiliza os serviços bancários. De acordo com a FEBRABAN (2013), esta estratégia não é apenas para aumentar a abrangência dos serviços oferecidos no sentido de aumento de clientes, mas, principalmente, para oferecer a cada vez mais pessoas o acesso e a possibilidade do uso dos recursos que os bancos têm a oferecer.

Considerando que o número de instituições bancárias se manteve praticamente inalterado entre os anos de 2011 e 2013, neste mesmo período o número de contas correntes cresceu aproximadamente 30%, passando para 125,7 milhões. Já o número de contas poupança passou de 90 milhões, em 2010, para 108,9 milhões, em 2012, representando um crescimento de 21%. Somente no ano de 2011 o crescimento foi de 11,1% (FEBRABAN, 2014).

Diante desses dados, constata-se que a evolução da inclusão bancária é alavancada pelo crescimento de contas corrente e de poupança. E esta crescente bancarização, termo que define o processo de expansão do acesso ao serviço bancário, tem sido intensificada por questões conjunturais econômicas, além da facilidade de acesso aos meios digitais, como *internet banking* e *mobile banking*, que estão mais próximos à população.

De acordo com um levantamento da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (ABECS), constatou-se que há um crescente aumento no uso de cartões de crédito, de débito e de lojistas como meio de pagamento. Isso permite que o sistema financeiro chegue de forma mais homogênea a regiões distantes dos grandes centros, levando produtos e serviços financeiros à população. Além disso, são viabilizados o incremento de projetos produtivos e o fomento ao investimento nas empresas, o que permite a expansão da possibilidade de emprego e geração de renda nestes empreendimentos.

Em contraposição a estes dados, o Sindicato Nacional dos Funcionários de Banco Central (SINAL), aponta que há um contingente de milhões de brasileiros que ainda estão excluídos do sistema financeiro, porque são de baixa renda, vivem em locais com precário atendimento bancário ou que, simplesmente, não participam porque entendem que o sistema bancário não oferece alternativas que atendam às suas necessidades. De acordo com o SINAL (2012), é preciso, em caráter de urgência, promover a ampliação do alcance da inclusão financeira, do entendimento da composição da renda e realização do orçamento e fluxo de gastos das pessoas e suas famílias. Outro ponto destacado é aprofundar os estudos que indicam como avanço a percepção de que diferentes realidades e vivências levam a distintas lógicas de consumo entre as classes sociais (FEBRABAN, 2013).

Ainda segundo o SINAL, no Brasil, o foco dado pelos bancos é mais em crédito do que em poupança. A recomendação para o Banco Central é de forçar ajustes no relacionamento das instituições financeiras com as pessoas de renda mais baixa, pois se observa que as expectativas em relação às instituições financeiras são mínimas. Em geral, essas pessoas se sentem discriminadas e acham que ainda têm de pagar caro nessa relação, o que revela a necessidade de maior atenção à inclusão financeira deste público.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o levantamento de informações e a análise empreendida, assevera-se que são importantes todas as ações desenvolvidas pelos bancos em relação à responsabilidade social. Conforme exposto, algumas frentes de trabalho em responsabilidade social empreendidas pelos bancos pesquisados correspondem a demandas sociais, que partem da sociedade e são estimuladas pelo governo e demais entidades organizadas, e outras podem ser consideradas como indispensáveis ou fiduciárias, uma vez que dizem respeito a condições de transparência e de legalidade impostas a estas empresas.

Aponta-se que as principais diretrizes de responsabilidade social, que atentam genuinamente à ação socialmente



responsável, compreendem atividades com grande impacto no meio social e que demandam grande volume de investimentos, se levado em consideração que são ações espontâneas, frutos de compromissos de melhoria das condições sociais da população como um todo. Desta forma, destaca-se que as principais diretrizes de RSE desenvolvidas pelos bancos objetos deste estudo, se considerada a ordem de importância e o volume de investimentos, são: acesso à educação, gestão de riscos ambientais e controle de resíduos e acesso à cultura e ao esporte. Prioritariamente, a educação recebe maior atenção por ser, reconhecidamente, um dos maiores meios possíveis de modificação e melhoria das condições de vida das pessoas, sobretudo daquelas com maior vulnerabilidade social. Com os mesmos objetivos, o fomento à inclusão social através do esporte e da cultura viabiliza meios da inserção dos indivíduos que, de uma forma ou de outra, não são tão fortemente impactados pelas ações com foco em educação desenvolvidas pelos bancos. Em paralelo está a gestão de riscos ambientais e controle de resíduos, que envolvem ações variadas visando ao uso mais eficiente dos recursos naturais, assim como à preservação e à recomposição dos espaços naturais.

Em suma, todas as formas bem sucedidas de atuação nestes campos produzem impactos positivos, tanto na imagem da empresa quanto na sua capacidade de posicionamento estratégico, sobretudo em relação à competitividade de mercado, e minimizam impactos negativos possivelmente associados às empresas e a setores específicos da economia, como ocorre comumente com o setor bancário. São úteis não apenas para a sociedade em si, que é beneficiada por estas iniciativas, mas também para as empresas, que geram um incremento em sua capacidade de geração de valores e competitividade.

REFERÊNCIAS

- Akatu (2013), Homepage Institucional, disponível em: <http://www.akatu.org.br/> (acesso em 19 jan. 2018).
- Almeida, F. J. R. (2007), Responsabilidade Social das Empresas e valores humanos: um estudo sobre a atitude dos gestores brasileiros, Tese de Doutorado em Administração, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, RJ.
- Ashley, P. A. (2003), Ética e responsabilidade social nos negócios, Saraiva, São Paulo.
- Banco do Brasil (2014), Homepage Institucional, disponível em: <http://www.bb.com.br/portalbb/home29,116,116,1,1,1,1.bb> (acesso em 12 ago. 2014).
- Barrett, R. (2011), Como construir uma organização gerida por valores: uma abordagem prática e sistêmica para a transformação cultural sustentável, Bio Rumo, Porto.
- Bezerra, R. B. (2007), Responsabilidade Social Corporativa: uma proposta metodológica para orientação de iniciativas, Dissertação de Mestrado em Ciência do Planejamento Energético, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.
- Busch, S. E. e Ribeiro, H. (2009), “Responsabilidade socioambiental empresarial: revisão da literatura sobre conceitos”, Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente, Vol.4, No.2, disponível em: <http://www.revistas.sp.senac.br/index.php/ITF/article/viewFile/33/64> (acesso em 13 ago. 2014).
- Caixa Econômica Federal, (2014) Homepage Institucional, disponível em: <http://www.caixa.gov.br/> (acesso em 13 ago. 2014).
- Federação Brasileira dos Bancos – FEBRABAN (2010), Relatório Anual 2010, disponível em: <http://www.febraban.org.br/7Rof7SWg6qmyvwJcFwF7I0aSDf9jyV/sitefebraban/Relat%F3rio%20Anual%202010.pdf> (acesso em 03 out. 2013).
- Federação Brasileira dos Bancos – FEBRABAN (2011), Relatório Anual 2011, disponível em: http://www.febraban.org.br/7Rof7SWg6qmyvwJcFwF7I0aSDf9jyV/sitefebraban/Febraban_RA2011_30_08.pdf (acesso em 03 out. 2013).
- Federação Brasileira dos Bancos – FEBRABAN (2013), Relatório Anual 2013, disponível em: http://www.febraban.org.br/downloads/RelatorioAnual/Relatorio_Anuar_FEBRABAN_2013.pdf (acesso em 03 out. 2013).
- Federação Brasileira dos Bancos – FEBRABAN (2014), Homepage Institucional, disponível em <http://www.febraban.org.br/> (acesso em 13 ago. 2014).
- Fundação Banco do Brasil (2014), Homepage Institucional, disponível em: <http://www.fbb.org.br/> (acesso em 18 ago. 2014).
- Fundação Bradesco (2014), Homepage Institucional, disponível em: <http://www.fb.org.br/> (acesso em 16 ago. 2014).
- Gil, A. C. (2008), Métodos e técnicas de pesquisa social, 6 ed., Atlas, São Paulo.
- Horta, M. M. (2011), Marketing social e sua influência na percepção do consumidor com relação à imagem das empresas, em especial dos bancos, Trabalho de Conclusão do Curso de Administração, Universidade Estadual de Brasília, Brasília, DF.
- HSBC Bank Brasil (2014), Homepage Institucional, disponível em: <http://www.hsbc.com.br/1/2/> (acesso em 12 ago. 2014).
- Instituto Ethos (2005), Guia de Compatibilidade de Ferramentas, Margraf, São Paulo.
- Itaú Unibanco (?), Homepage Institucional, disponível em: <https://www.itau.com.br/> (acesso em 15 de ago. 2014).
- Machado Filho, C. A. P. (2002), Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações: um estudo multicascos, Tese de Doutorado em Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP.



- Marconi, M. A. e Lakatos, E. M. (2003), Fundamentos de metodologia científica, Atlas, São Paulo.
- Pena, R. P. M. et al. (2004), Discurso e prática da responsabilidade social: um estudo sobre a gestão do público interno em empresas signatárias do Global Compact, PUC Minas, Belo Horizonte.
- Porter, M.; Kramer, M. (2006), Strategy e society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility, Harvard Business Review, Boston, MA.
- Proteste (2014), Homepage Institucional, disponível em: <http://www.proteste.org.br/> (acesso em 10 ago. 2014).
- Santos, A R. (2000), Metodologia científica: a construção do conhecimento, DP & A Editora, Rio de Janeiro.
- Sindicato Nacional dos Funcionários do Banco Central do Brasil - Sinal (2012), "O mapa da inclusão financeira no Brasil", Revista do Sindicato Nacional dos Funcionários do Banco Central do Brasil, Vol. 11, No. 36.
- Tachizawa, T. (2002), Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira, Atlas, São Paulo.
- Young, R. (2004), "Dilemmas and advances in corporate social responsibility in Brazil: the work of the Ethos Institute", Natural Resources Forum, Vol. 28, pp. 291-301.

Recebido: 19 jan. 2016

Aprovado: 16 jan. 2018

DOI: 10.20985/1980-5160.2018.v13n1.1132

Como citar: Kuzma, E. L., Silva, A. Q. (2018), "Responsabilidade social corporativa no setor bancário: um estudo comparativo", Sistemas & Gestão, Vol. 13, No. 1, pp. 45-54, disponível em: <http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/1132> (acesso dia mês abreviado. ano).