

## Responsabilidade Social e as Instituições Bancárias

Débora Almeida Chaves

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Pará - IFPA  
deborapochoclo@ig.com.br

### RESUMO

*No cenário atual, a importância de uma nova consciência e tomada de decisão se faz necessária nas organizações. As instituições financeiras possuem um papel importante por serem influentes na economia, e diante desse contexto é que se cria uma grande preocupação com a área social. A responsabilidade social surge buscando ampliar as possibilidades de investimento na comunidade, necessitando de um instrumento que valide o seu investimento e que seja para a sociedade uma forma transparente e capaz de deixar claras as ações sociais empresariais. Neste contexto, surge o balanço social que vem servir como uma demonstração para evidenciar tal “Responsabilidade Social” e ajudar no desenvolvimento de planos e estratégias e integrando-se à sociedade. Não existe obrigatoriedade em sua publicação, mas a sociedade deseja ver tal consciência em prática na busca do resgate da cidadania e as Instituições Financeiras tem procurado demonstrar a sua participação na atividade nacional e seu envolvimento com as questões sociais. Esta pesquisa foi realizada com base no Relatório Anual da FEBRABAN (2009) e pesquisas nos sites das Instituições Financeiras sobre os programas e projetos de responsabilidade social, no qual se procurou verificar a importância da responsabilidade social nas instituições financeiras no cenário atual de nossa sociedade.*

*Palavras-Chaves: Responsabilidade Social, Balanço Social, Instituição Financeira.*

### 1. INTRODUÇÃO

Tendo em vista as desigualdades sociais existentes no Brasil e nos países em desenvolvimento, há uma tendência por parte das empresas a avaliarem sua postura social pelo fato de serem transformadoras do ambiente em que atuam, assim como, as atividades e o seu comportamento serão avaliados pela sociedade.

Entretanto, é reduzido o número de bancos que publicam o seu “balanço social”, e quando apresentado, é de forma muito contextualizada deixando os números sobrepostos, o que dificulta a análise do seu desempenho social.

Essa situação identifica a forma com que as instituições bancárias, absorvem os conceitos dos mais diversos autores sobre o balanço social e como tem traduzido nos demonstrativos publicados e que reflexos causam na sociedade, na busca do resgate da cidadania. A resposta à indagação e a pesquisa efetuada poderão ensejar que se consolidem conceitos e que estes sejam disseminados, novas questões sejam levantadas e pesquisas implementadas, que produzam sugestões de aperfeiçoamento do “balanço social”, para que surjam novas adesões a esses instrumentos.

Identificar as características do Balanço Social das Instituições Bancárias é constatar de que forma os projetos e programas sociais desenvolvidos pelo sistema bancário são

evidenciados no Balanço Social e de que forma as ações sociais desenvolvidas pela Instituição Bancária se refletem na sociedade.

Objetivando auxiliar a reportagem aos diversos públicos de sua performance econômica, social, financeira, dentro de uma filosofia de transparência (full disclosure), e de responsabilidade na prestação de contas (accountability), tem-se disponibilizado para a empresa o “instrumento” chamado balanço social ou relatório social, com conceitos e práticas em processo de consolidação. Assim o tema balanço social insere-se num campo de discussão de maior amplitude que é da responsabilidade social corporativa que tem sido estudado pelas ciências sociais aplicadas.

Pois hoje há o deslocamento do Estado para as empresas, e que essa redução de poder, conjugada a diminuição social do Estado aumenta a responsabilidade social das empresas e o investimento do setor privado na minoração das injustiças sociais. Supõe-se que tal interesse tem um componente fortemente econômico, na busca da construção de uma “imagem” que tem “preço” de mercado, aliado ao maior grau de conscientização da própria sociedade.

A responsabilidade social dos bancos lembra que têm objetivos econômicos e de bem-estar social no meio em que esta inserida. Assim, o presente artigo vem refletir sobre a importância mostra as ações sociais e o reflexo dessas para o resgate da cidadania, no âmbito de sua atuação, demonstrados na publicação de seus balanços sociais repercutem na sociedade.

## **2. PORQUE SER RESPONSABILIDADE SOCIAL**

As revoluções tecnológicas que ocorrem com o passar do tempo geram mudanças que intervêm nas relações empresariais, assim como na geração de bens e serviços. As aberturas nos padrões de produção possibilitaram uma maior possibilidade de riqueza com menor intervenção humana. Já não são mais satisfatórias as grandes riquezas materiais, em detrimento da qualidade de vida dos indivíduos. Afirma-se que esse resultado é um reflexo da intensa mobilização dos diversos setores da sociedade, atuando de forma proposital, procurando apontar caminhos para uma maior equidade nas relações entre o governo, o mercado e a sociedade civil organizada.

Segundo Veloso (2002), reconhece-se o processo de reestruturação de atribuições por que passam o Estado, a sociedade civil e as organizações, tendo como um de seus efeitos principais o maior interesse das empresas em se tornarem socialmente responsáveis perante o contexto sociocultural em que se inserem, ocupando espaços na sociedade antes preenchidos somente pelo Estado ou pela Sociedade Civil, como área de atuação social nas comunidades.

Essa sociedade civil tem procurado assumir a sua parcela para a melhoria da qualidade de vida coletiva, buscando estabelecer relações humanas mais saudáveis, assim como o Estado tem empreendido esforços para melhoria das relações com os seus governantes, aprovando assuntos de interesses estratégicos para a nação; e as empresas atendendo as exigências que surgem desses “grupos de interesse” têm aportado com sua parcela de contribuição para reduzir a fome e a miséria em nosso país.

Na atual conjuntura ouve-se muito falar em solidariedade, transparência, ética, comunidade e responsabilidade social, para citar somente alguns termos atuais na sociedade. Assim como se debate tanto a melhoria de qualidade de vida. Infelizmente ao se contemplar as diversas nações neste início de século, sob o enfoque das condições de vida, constata-se que grandes são o aumento das desigualdades, contradições e o aprofundamento da pobreza que permeiam a sociedade. Todo o desenvolvimento científico e tecnológico das últimas décadas parece não ter sido usado em prol do resgate da dignidade humana. Benício (2005) afirma que:

Essa grande contradição exige uma redefinição urgente dos parâmetros de desenvolvimento econômico. A crença de que o crescimento econômico geraria um maior volume de receita para atender a população carente está definitivamente abalado.

O Governo Brasileiro vem seguindo, nos últimos anos, uma orientação baseada nessa perspectiva econômica, que foi desenhada no famoso ideário do “Consenso de Washington”, que trata-se de uma reunião convocada pelo economista John Williamson, representante do Institute for International Economic. Esta reunião ocorreu em novembro de 1989, em Washington – daí o nome, e dela foi redigido um documento que em linhas gerais preconizava: a) a adoção de uma dezena de medidas de disciplina fiscal, b) contenção do gasto público, c) reforma tributária d) nova dinâmica para determinação das taxas de juros, e) novo tipo de câmbio, f) abertura comercial e não protecionismo, g) não restrição entrada de capitais, h) privatização, i) desregulamentação e aumento das garantias associadas aos direitos de propriedade para os setores produtivo e financeiro.

A Responsabilidade Social surge no momento em que a sociedade assume uma atitude que cobra uma postura mais complexa, necessitando de diálogo e interdependência mais acirrada entre os três setores: Sociedade, governo e empresa.

A interdependência entre os setores se dá no momento em que as desigualdades sociais se tornam exarcebadas, fazendo com que o estado apresente dificuldades de se manter como único responsável pelo bem estar comum. Ao mesmo tempo o capital internacional com fins de obtenção de grandes lucros diminui a mão de obra utilizada, o que auxilia nas disparidades sociais, obriga aos setores a tomarem uma atitude a buscar alternativas que dêem assistência e que lhe garanta sobrevivência.

A expectativa em torno da Responsabilidade Social é voltada para o que se espera em torno daquilo a ser pertinente de uma organização. Espera-se uma participação mais direta das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce; entretanto, só o apoio ao desenvolvimento da comunidade e preservação do meio-ambiente não são suficientes para atribuir a uma empresa a condição de socialmente responsável, investimento no bem estar dos seus funcionários e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia com seus parceiros e garantir a satisfação dos seus clientes ou consumidores.

Responsabilidade Social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meios de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade de modo específico, agindo proativamente, e coerentemente no que tange o seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. (CARDOSO e ASHLEY, 2002 p.7)

E Veloso (2002, p.53) pontua como atitudes e atividades que as organizações necessitam desenvolver com vistas ao atingimento da Responsabilidade Social:

- preocupação com atitudes éticas e moralmente corretas que afetem todos os públicos, stakeholders envolvidos (entendidos de maneira mais ampla possível);
- promoção de valores e comportamentos morais que respeitem os padrões universais de direitos humanos e de cidadania e participação na sociedade;
- respeito ao meio ambiente e contribuição para sua sustentabilidade em todo o mundo;
- maior envolvimento nas comunidades em que se insere a organização, contribuindo para o desenvolvimento econômico e humano dos indivíduos ou até atuando diretamente na área social, em parceria com governos ou isoladamente.

Então se pode dizer, então, que os principais setores da responsabilidade social de uma empresa são: o apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua; preservação do meio

ambiente; garantia ao bem estar dos funcionários e dependentes num ambiente de trabalho agradável; promoção de um sistema de comunicação transparente; retorno aos acionistas; sinergia com seus parceiros/partes interessadas; e garantia da satisfação dos seus clientes internos e externos.

O desenvolvimento de atitudes como essas podem provocar desentendimentos com práticas e culturas tradicionais da organização, instigando a procura de constantes soluções desses conflitos. As mudanças são de grande importância para a sociedade, então se deve pensar de que forma as ações podem ser implementadas, estruturadas e planejadas para que sejam evitados conflitos desnecessários entre o “habitual” e o “incomum” através de troca de idéias e diálogo.

Tem início, então, uma nova etapa em que os três setores, através do diálogo e de parcerias, desenvolvem ações conjuntas para reduzir o impacto causado pelo acirramento das desigualdades. Compartilha-se do entendimento que essas ações, só serão bem-sucedidas pelo fato de que haver vantagens para cada um dos agentes envolvidos em cada ação, o que dá lugar à nova ética do “ganha-ganha”. Na verdade, o que é importante destacar aqui é que, quaisquer que tenham sido as vantagens percebidas por cada setor, um novo recurso passou a permear as relações de interdependência entre os mesmos: O chamado Capital Social.

O Capital Social é um dos fatores determinantes da capacidade Empresarial. Embora escrito de forma a não deixar dúvidas quanto ao seu significado, este termo, Capital Social, vem sendo ampliado para incorporar várias facetas o seu significado por tratar-se de um termo comum entre o empresário e o contador (BENICIO, 2005).

A responsabilidade social surge no exato momento em que se intensificam as mobilizações dos mais diversos setores da sociedade civil e, como todo processo de mudança, estabelece-se como um novo paradigma em construção. O modelo difundido no Brasil através do Instituto Ethos de Responsabilidade Social tem como base o preconizado pelo BSR – Business for Social Responsibility, organização associativa empresarial fundada em 1992, com aproximadamente 50 empresas-membro que tinham como objetivo tornar os seus negócios comercialmente bem sucedidos e socialmente responsáveis.

É importante destacar que ocorreu uma evolução do conceito de Responsabilidade Social, no qual passou da filantropia, que é a relação socialmente compromissada da empresa com a comunidade, para abranger todas as relações da empresa com seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, no meio-ambiente e organizações públicas e estatais.

As ações filantrópicas equivalem à dimensão inicial do exercício de responsabilidade social, caracterizada a benemerência da empresa, que se reflete nas doações que faz para entidades assistenciais e filantrópicas. Posteriormente, a responsabilidade social ganhou maior amplitude. Surgiu a segunda dimensão do exercício da responsabilidade social – as ações sociais com a comunidade em que a empresa socialmente responsável coloca a serviço da comunidade recursos financeiros, serviços e Know-How da empresa e dos seus funcionários. Tendo como objetivo assegurar o desempenho ético, ambiental adequado, melhorar a qualidade de vida de seus colaboradores e usar o poder e a relação da empresa com seus fornecedores e concorrentes para entendê-los a serem socialmente responsáveis.

O que leva as organizações empresariais na ampliação do conceito de Responsabilidade Social, mudando de filantropia para ações com a comunidade é: enormes carências sociais do país, crescente grau de organização de nossa sociedade e especialmente no terceiro setor, a ação social dos concorrentes e um aumento da divulgação dos meios de comunicação sobre as ações sociais da empresa e o crescimento das expectativas das comunidades e dos funcionários sobre o engajamento social empresarial.

As práticas de gestão profissional que incorporam critérios de responsabilidade social começam a resultar em lucros significativos, oriundos de uma forte interação com a comunidade. Essas práticas são observadas, em governos municipais, em empresas, e em organizações da sociedade civil, que a partir da profissionalização de sua gestão pode ampliar e melhorar seu entendimento.

Aderir a uma gestão que leva em conta a Responsabilidade Social requer uma revisão na perspectiva de lucro. Pesquisas têm indicado que as empresas que adotam uma postura ética e socialmente responsável têm uma perspectiva de sucesso maior e mais duradoura. Segundo Kringsner (2004):

As empresas que se mobilizam em prol de programas sociais podem ganhar maior retenção de talentos, maior envolvimento e comprometimento dos colaboradores, credibilidade de marca, maior chance de fidelizar o consumidor, reconhecimento da comunidade em que está inserida, valorização de capital para as empresas que têm ações em bolsa etc. E o mais importante de tudo: a satisfação em ajudar a promover o bem comum.

### **3. O QUE ESTA SENDO REALIZADO PELAS INSTUIÇÕES BANCÁRIAS?**

A sociedade tem levado mais a sério as ações relacionadas com a Responsabilidade Social, e as empresas perceberam que essas questões se tornaram essenciais para a sobrevivência empresarial e para estratégias financeiras, quando pensadas em longo prazo, tornando as relações mais transparentes e ajudando no desenvolvimento da sociedade. Trevisan (2005) afirma que “a ação socialmente responsável das empresas já ultrapassou o estágio de mera tendência para se transformar gradativamente em estratégia corporativa”.

As intensas e acirradas mobilizações sociais nos anos 1990, fortalece a discussão sobre a responsabilidade social empresarial, e a sociedade passa a cobrar do empresariado nacional maior clareza e compromisso com a sociedade através da publicação do seu Balanço Social. Desta maneira, pode-se entender que significava que uma empresa socialmente responsável era fazer uma revolução nas práticas empresariais até então desenvolvidas. Desde a gestão de pessoal – que implicava em revisão de demissões, em garantir direitos legalmente assegurados, até a reestruturação ambiental, interna e externa da empresa. As práticas de sonegar, sub-empregar e falsear produtos eram absolutamente normais. Atualmente este quadro mudou para melhor. Muitos empresários, que tinham uma prática cotidiana responsável, fizeram reivindicações e o resultado dessas pressões coletivas é que hoje, segundo o Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), quase duas centenas das maiores empresas do país publicam seus balanços sociais.

Seguindo o comportamento apresentado pela sociedade de acordo com a responsabilidade social, consolidou-se a necessidade de divulgação de relatórios sociais ou balanços sociais. No Brasil, o primeiro documento considerado Balanço Social, foi realizado pela empresa Nitrofértil, situada na Bahia, divulgado em 1984. Posteriormente, foi publicado o balanço social do sistema Telebrás, na década de 80, e o do BANESPA, publicado em 1992, estando entre as empresas percussoras na divulgação do balanço social no Brasil.

O Balanço Social surge em 1980, como forma de nutrir ou complementar carências que o próprio governo não consegue suprir, assim como o despertar das empresas para a “ferramenta” poderosa que pode vir a ser com a sua publicação, visto que os concorrentes, consumidores e a própria comunidade saberão como e de que forma a empresa está investindo o seu capital na sociedade em que está instalada. Atualmente, a publicação do Balanço Social é obrigatória por Lei na França, e em países como Estados Unidos, Bélgica e Alemanha, ela ocorre por exigência da própria sociedade.

A empresa socialmente responsável disponibiliza ao público as suas ações em relação à área social, e o que esta oferecendo de retorno à sociedade onde está inserida. O Balanço Social vem servir de instrumento para a divulgação dessas atuações, compartilhando informações sociais das organizações para a comunidade.

Assaf Neto (2001) classifica as instituições financeiras como “bancárias ou monetárias” e “não bancárias e não monetárias”. As instituições bancárias operam predominantemente com ativos financeiros monetários que representam os meios de economia de pagamento. O Balanço Social dos bancos, elaborado pela Federação Brasileira de Bancos FEBRABAN começou a ser divulgado, a partir do ano de 1993, demonstrando o que este segmento contribui para o desenvolvimento do país, evidenciando a sua responsabilidade social.

Desde meados de 1997, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) já chamavam a atenção de empresários e da sociedade para a constatação da relevância, e da necessidade da publicação do Balanço Social explicitados em um modelo simples e único. O IBASE desenvolveu um modelo em parceria com diversos representantes de empresas públicas e privadas, a partir de reuniões e discussões com setores da sociedade, e criou também o “Selo Balanço Social Ibase/Betinho” que passou a ser concedido para empresas que realizaram seus balanços sociais no modelo sugerido.

O objetivo do IBASE é a diminuição da pobreza e das injustiças sociais, através do aprimoramento da cidadania empresarial, procurando desenvolver uma responsabilidade social nos empresários e nas empresas, com o intuito de proporcionar um desenvolvimento humano, social e ambiental.

### 3.1 CONCEITO DE BALANÇO SOCIAL

Objetivando auxiliar a demonstração aos diversos públicos de sua performance econômica, social e financeira, dentro de uma filosofia de transparência e de responsabilidade, têm-se disponibilizado para a empresa um “instrumento” chamado “balanço social” ou relatório social, com conceitos e práticas em processo de consolidação. O tema “balanço social” insere-se num campo de discussão de maior amplitude que é o da “Responsabilidade Social” e tem sido estudado pela contabilidade e outras ciências afins.

A geração de lucro continua sendo uma característica à continuidade das empresas, as relações intersociais existentes com a globalização do mercado exigem conhecimento adicional de como determinada entidade agrega valor à economia do país ou da região onde está inserida.

Segundo Sucupira (2002) o Balanço Social, é um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas a seus empregados e a comunidade onde está inserida. Através dele a empresa mostra o que faz pelos seus empregados, dependentes e pela população que recebe a sua influência direta. O Balanço Social é uma forma de demonstração para a sociedade, de que a questão social está sendo integrada como questão estratégica e vital da empresa, valoriza a cidadania, além de avaliar o desempenho social das empresas que o publicam, e assim como o Balanço Contábil, o Balanço Social precisa estar pautado em evidências concretas e mensuráveis, para garantir e manter a sua credibilidade.

Já Silva (2005) defende que o Balanço social venha demonstrar que a existência das empresas deve ser somente atribuída à geração de lucros, desprendendo-se dos “números friamente apresentados”, e conferindo capacidade das empresas de fornecer formas de benefícios sociais. É um instrumento de diálogo e comunicação, pois as empresas assumem responsabilidades sociais, desenvolvem um processo de comunicação contínua e permanente com os componentes da sua inter-relação interna e externa, além de emanar uma publicidade

positiva, usada pela empresa para divulgar os resultados positivos no âmbito da sua ação social e não com a finalidade de persuadir a população, mostrando fatos isolados que pouca importância tem no conjunto das suas ações com os seus parceiros.

Neste sentido, não é apenas um relatório institucional, necessário e legítimo, mas uma demonstração com dados transparentes, mensuráveis como é o próprio balanço. Além do mais, não pode ser confundido com a vitalidade econômica das empresas medida por indicadores de seu desempenho econômico financeiro e de investimento tecnológico. Isto é necessário, mas insuficiente. É preciso que as empresas demonstrem, com indicadores claros, aquilo que fazem para integrar, interiorizar a dimensão sócio-ambiental de seus negócios.

O Balanço Social é uma peça integrante da Contabilidade Social, e esta, por sua vez, é uma parte da Ciência Contábil, que tem como objeto estudar os reflexos das variações patrimoniais nas empresas, na sociedade e no meio ambiente (KROETZ, 1998, apud REIS e MEDEIROS, 2007, p. 61.) ou tem como finalidade

a prestação de informações sobre diversos aspectos da relação capital-trabalho das entidades, ou seja, um conjunto de informações, contábeis ou não, gerenciais, econômicas e sociais, que proporcionam um panorama dos aspectos relacionados à sociedade.

(SANTOS; FREIRE E MALO, 1998 apud REIS e MEDEIROS, 2007, p. 60).

Assim, o Balanço Social é caracterizado por Tinoco e Kraemer (2004, p. 87) como

[...] um instrumento de gestão e informação que visa evidenciar, de forma mais transparente possível, informações contábeis, econômicas, ambientais e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários

A Lei das S.A exige que seja apresentado juntamente com as demonstrações conceituadas pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC por meio da NBC T-3, de 14.12.90, o “Relatório da Administração” que deve conter informações sobre os negócios sociais e os principais fatos administrativos ocorridos no exercício. Semelhante exigência também é feita pelo Banco Central para as Instituições Financeiras, determinando a publicação de todos os documentos em jornal de grande circulação, na localidade em que esteja situada a sede da Instituição. Para demonstrar os resultados de investimentos sócio-ambientais por parte das organizações que buscam um desenvolvimento social, foi criado o Balanço Social. Este foi um resultado de inúmeros movimentos sociais que passaram a discutir os impactos do homem sobre o meio ambiente, além do próprio avanço do capitalismo, que passou a divulgar informações, para ampliar lucros e destacar avanços de produtividade e de domínios de mercado.

Na legislação brasileira, o Balanço Social não é obrigatório, porém este tem sido adotado por diversas instituições, uma vez que este agrega valor com a anexação da marca da empresa com valores éticos e responsáveis, sendo assim um diferencial num mercado tão competitivo quanto o atual.

Com o avanço das sociedades, estas instituições se tornaram vitais, pois estas são fundamentais para qualquer economia, pois oferecem serviços financeiros, de crédito, facilitam transações de pagamento e gerenciam o dinheiro, beneficiando assim o comércio e a indústria.

Segundo Karkotli (2006, p.143 apud FERREIRA, 2008, p.36),

O modelo bancário introduzido no Brasil foi o Europeu, pelo qual se entendiam como atividades cruciais as operações de depósitos e empréstimos [...] Aos poucos foram sendo criados novos serviços e houve expansão nos negócios.

A forma de apresentação do Balanço Social, aspectos conceituais, pontos de relevância, padronização, dentre outros, são questões que continuam em discussão. O fato de inexistir consenso e não ter sido a matéria normatizada faz com que seja compreendido e explicitado de formas distintas pelos gestores. O setor bancário em qualquer economia, pelos serviços que presta a sociedade, é considerado de importância relevante. Questionar o desempenho de seu papel, estudar sua postura na sociedade e conhecer suas práticas certamente contribui para melhor entendê-lo frente às demais organizações participantes do mercado.

Premissa essencial na concepção e implantação do Balanço Social é a fuga do paternalismo, compreendido como aquela atitude encontrada com frequência em tantas empresas, em que a direção se reserva o direito e a autoridade exclusiva de decidir sobre o que é melhor para todos os empregados, não apenas no campo profissional, mas até naquilo que diz respeito a suas opções individuais. (KROETZ, 2000, p.37).

Para a implantação do Balanço Social será necessário que a empresa reconheça que deve renovar suas relações sociais, tal como renovar ou aperfeiçoar necessariamente suas linhas de produtos. Sensibilizar a direção da empresa sobre a necessidade e as conveniências do Balanço Social para se conseguir uma modificação real e verdadeira permitirá que os objetivos empresariais assumam conteúdo econômico-social; contudo, longe de pôr em risco o sucesso da empresa no campo econômico, seu aperfeiçoamento no campo social poderá até melhorar seu desempenho e ampliar sua rentabilidade pelo aumento da motivação dos empregados.

O desenvolvimento do Balanço Social pressupõe obediência a um requisito preliminar e indispensável, representado pelo caráter participativo de que deverá se revestir. Uma das maneiras mais eficientes, que garantirá participação dos diferentes componentes da empresa na elaboração do Balanço Social, é iniciar o procedimento pela indicação de uma comissão e contará, naturalmente, em sua constituição, com representantes das mais diversas categorias funcionais e dos diferentes setores da empresa. (KROETZ, 2000, p.65).

Assim é que a Federação Brasileira das Associações de Bancos – FEBRABAN é uma entidade de natureza civil que representa os bancos e contribui para o aperfeiçoamento de suas atividades, operando em âmbito nacional. Reunindo bancos privados, públicos, comerciais e múltiplos, diversificados em termos de porte, perfil de atuação e filosofia gerencial, orienta a ação para a busca de soluções que permitam melhorar o desempenho das instituições, o atendimento e a prestação de serviços bancários.

A FEBRABAN (2010) comenta que o setor tem investido tempo e muitos recursos para ganhar confiança do consumidor, que exerce cada vez mais consciência à sua cidadania, no entanto, precisa comprovar através das instituições financeiras uma postura correta, aprofundando sua atuação no terceiro setor no que diz respeito às leis, aos direitos humanos e ao meio ambiente, em relação a seus funcionários, consumidores, fornecedores e clientes.



Fonte: FEBRABAN - Relatório Anual 2008: Social-Ambiental-Econômico p.12

Essa situação tem levado os bancos a investirem maciçamente e de maneira inteligente sua atuação social em sua estratégia de comunicação, destacando a presença de propagandas televisivas mais freqüentes, tentando buscar formas diferentes de se lançar no mercado, buscando amenizar o numeroso índice de reclamações de clientes em relação às altas taxas de juros e cobranças bancárias que lhes são descontadas.

A publicação do “Balanço Social dos Bancos” tem sido editada desde o exercício de 1993, quando as iniciativas desta natureza ainda não eram freqüentes. Hoje a cada publicação, renova-se a perspectiva de compartilhar seu compromisso social integrando o desempenho da atividade bancária com o desenvolvimento econômico e, ao mesmo tempo demonstrando a sua participação na atividade nacional e seu envolvimento com as questões sociais.

Os Balanços Sociais divulgados a partir do modelo IBASE, desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Estatísticas é um modelo padronizado, de fácil preenchimento e leitura, de tal forma, que é o mais utilizado pelas instituições.

1. Base de Cálculo
2. Indicadores Sociais Internos
3. Indicadores Sociais Externos
4. Indicadores Ambientais
5. Indicadores do Corpo Funcional
6. Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial
7. Outras Informações

**Quadro 1** – Critérios que compõem a estrutura do modelo IBASE de Balanço Social.

Fonte - adaptação do modelo IBASE. ([www.balancosocial.org](http://www.balancosocial.org))

Essa procura pelos serviços bancários faz com que estas instituições sejam fundamentais no desenvolvimento sustentável do país. Para atender essa exigência de mercado, o setor financeiro brasileiro destaca-se no contexto da sustentabilidade, assumindo, uma atitude crescente na análise e financiamento de projetos sócio-ambientais. Devido à alta demanda pelos serviços oferecidos pelas instituições, analisadas neste trabalho, que acabam de se fundir e o papel fundamental que estas possuem no cenário nacional, torna-se necessário um estudo sobre estas empresas e suas atribuições ambientais em sociais; tendência que deve ser estimulada para buscar transparência e ações afirmativas que possam contribuir para uma sociedade mais sustentável.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As instituições bancárias são vitais para qualquer economia, pois fazem a intermediação entre os poupadores que dispõem de recursos financeiros, e os tomadores de empréstimos que precisam desses recursos para operacionalizar seus planos de expansão gerando empregos, aumentando a renda e solidificando sua presença no mercado, de modo que são responsáveis diretamente pelo o crescimento econômico do país. Tendo em vista a importância dos bancos para a economia, faz-se necessário analisar o quanto as instituições desse setor têm praticado de Responsabilidade Social e mensurar o quanto isso tem custado para elas.

Da mesma forma que qualquer outra empresa, os bancos têm a responsabilidade pelos impactos sociais e ambientais de suas atividades de negócios. Assim como estão habituados a receber os créditos por suas contribuições ao desenvolvimento econômico e social em certos países ou regiões e setores, eles devem também aceitar a responsabilidade compartilhada (conjuntamente com seus clientes) pelos impactos nocivos de suas decisões financeiras. Aceitar essa responsabilidade levará ao aprendizado a partir dos erros, ajustando as políticas e os procedimentos e os esforços suficientes para mitigar e compensar os impactos adversos que podem resultar de seu envolvimento em tais atividades.

Independentemente do fato que, no Brasil, isso seja imposto pela lei, é um marco importante na estrada em direção à sustentabilidade. É o complemento lógico da redefinição da missão de seu banco para alcançar metas mais amplas de sustentabilidade. Quando seu banco assume publicamente a responsabilidade pelos impactos sociais e ambientais dos serviços financeiros prestados, ele está estimulando de maneira significativa a incorporação de sua missão mais ampla por seus funcionários e acionistas.

Analisando as ações sociais refletidas nas demonstrações do e considerando o impacto que essas ações repercutem na sociedade à qual está inserida, este trabalho revelou, tomando por base os balanços sociais das Instituições Bancárias, tem mantido esforços no sentido de serem agentes de mudança, contribuindo com recursos humanos, financeiros e materiais, agindo em parceria com o poder público. A mudança que é possível perceber em muitos bancos, nos anos recentes, diz respeito a abordar os impactos ambientais e sociais de seus serviços financeiros, representando um importante e bem vindo primeiro passo nesta direção. Uma quantidade crescente de instituições bancárias está percebendo que ignorar os riscos ambientais e sociais pode acentuar consideravelmente sua exposição aos riscos relativos ao crédito, conformidade e reputação.

Para isso as empresas têm usado o Balanço Social como meio de divulgar os valores de seus investimentos sociais. O Balanço Social é um instrumento que tem sido utilizado para expressar a Responsabilidade Social, entende-se que ele deveria espelhar aquilo que de fato a empresa tem assumido como compromisso com a questão social. A elaboração do Balanço Social é uma atitude voluntária, que pretende dar clareza sobre as práticas sociais adotadas pela empresa.

Por outro lado, prestar contas tanto das ações que executa por força institucional quanto daquelas que realizam voluntariamente em prol de seu público interno, externo e do meio ambiente, priorizando em seus Balanços Sociais é a comprovação do cumprimento de objetivos institucionais.

O progresso que os bancos venham a alcançar neste campo, entretanto, será medido não apenas por boas intenções ou por políticas oficialmente adotadas no papel. Para promover avanços na sustentabilidade, os bancos devem procurar melhor desempenho e resultados no âmbito social e ambiental.

Entretanto, muitas instituições financeiras ainda não aceitam a responsabilidade pelos danos sociais e ambientais decorrentes de seus negócios, apesar delas serem ávidas por

conceder crédito para o crescimento da economia e por obter os benefícios derivados de seus serviços. Relativamente poucas instituições financeiras, em seus papéis de credor, analista, garantidor, assessor ou investidor, efetivamente usam seus poderes para deliberadamente canalizar recursos em negócios sustentáveis ou para encorajar seus clientes a incorporar a sustentabilidade.

A sustentabilidade se expressa como o atendimento de necessidades presentes sem comprometer a habilidade de futuras gerações em atender as suas próprias necessidades. É a conservação do meio ambiente e da biodiversidade para as gerações futuras. É ser cauteloso com os recursos naturais e o clima. Mas a sustentabilidade é também garantia dos direitos humanos e de uma vida digna, livre de privação e pobreza para todas as pessoas.

Percebeu-se que as Instituições Bancárias, de uma forma geral, têm o entendimento de que a função de um balanço social é tornar público como a empresa encara a sua responsabilidade social. E que mesmo com dificuldades em se definir os limites da Responsabilidade Social, a entidade agrega valor à comunidade onde está inserida, área social, colaborando com a melhoria na qualidade de vida da sociedade e na preservação do meio ambiente sem se dispensar de cumprir com os objetivos para os quais foi constituída. O resgate da cidadania foi evidenciado nos projetos e ações sociais desenvolvidos pelos Bancos, de acordo com as informações da FEBRABAN.

Desta forma, pode ser observado que a Instituição bancária que corresponde ao social tem realizado seu trabalho de forma consciente e consistente com recursos que lhe são disponíveis, sendo um instrumento de mudanças na sociedade agindo eticamente e favorecendo negócios que beneficiam as comunidades.

Investir no social é uma questão que produz retorno para a entidade, seja no fortalecimento de sua imagem, seja no maior comprometimento dos colaboradores na condução do empreendimento, de forma consciente, não deve temer em expor suas realizações perante seus públicos mais incorporá-los a sua imagem.

## 5. REFERÊNCIAS

**ASSAF NETO, Alexandre.** Mercado Financeiro. São Paulo: Atlas, 2001.

**BANCO CENTRAL DO BRASIL (BACEN)** – Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br>>. Acesso em: diversas datas 2009.

**BENICIO, João Carlos.** A contabilidade e as finanças em projetos de responsabilidade social de empresas. Disponível em <[www.cidadefutura.com.br/convite\\_curso/joao.htm](http://www.cidadefutura.com.br/convite_curso/joao.htm)>. Acesso em 25 mar. 2005.

**CARDOSO, Alexandre Jorge Gaia; ASHLEY, Patrícia Almeida.** A responsabilidade social nos negócios: um conceito em construção. IN: ASHLEY, Patrícia Almeida. Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Saraiva 2002.

**COMISSAO DE VALORES MOBILIARIOS (CVM).** Disponível em <<http://www.cvm.gov.br>>. Acesso em: diversas datas de 2009

**CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE.** Disponível em <<http://www.cfc.org.br>>. Acesso em: diversas datas de 2009.

**CORTEZ, José Henrique.** O discurso da Responsabilidade Social. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/artigodoleitor/htm/2002/dez/02/213.htm>>. Acesso em 26 fev.2009

**DE LUCA, Márcia Martins Mendes.** Demonstração do Valor Adicionado. São Paulo: Atlas, 1998.

**FERREIRA, S. P. N.** Responsabilidade Social: Comparativo entre o Banco do Estado de Santa Catarina e o Banco do Brasil. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

- FEDERAÇÃO BRASILEIRA DAS ASSOCIAÇÕES DE BANCOS (FEBRABAN).** Disponível em <<http://www.febraban.com.br>>. Acesso em: 26 mar.2009/20 jul.2010
- FISHER, Rosa Maria.** O desafio da colaboração – Práticas e Responsabilidade Social entre Empresas e Terceiro Setor. São Paulo: Editora Gente, 2003.
- GOLDSCHMIDT, Andréa.** Balanço Social Corporativo. Disponível em <<http://www.pautasocial.com.br>>. Acesso em: 26 fev. 2005.
- GOLDSCHMIDT, Andréa.** Por que fazer o Balanço Social? Disponível em <<http://www.pautasocial.com.br>>. Acesso em: 26 fev. 2005.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS (Ibase).** Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>>. Acesso em: diversas datas de 2005 a 2006.
- INSTITUTO ETHOS.** Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: diversas datas de 2005 a 2006.
- KRIGSNER, Miguel.** Revista FAE BUSINESS. 9 de setembro de 2004. Disponível em: <[http://72.14.203.104/search?q=cache:dAkLcEvDEWAJ:www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_fae\\_business/n9/01\\_rs.pdf+krigsner+revista+fae+business+9+de+setembro+2004&hl=pt-BR&gl=br&ct=clnk&cd=1](http://72.14.203.104/search?q=cache:dAkLcEvDEWAJ:www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_fae_business/n9/01_rs.pdf+krigsner+revista+fae+business+9+de+setembro+2004&hl=pt-BR&gl=br&ct=clnk&cd=1)>. Acesso em: 15 ago. 2005
- KROETZ, César Eduardo Stevens.** Balanço Social: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.
- LUCAS, Márcia Martins Mendes de.** Demonstração Do Valor Adicionado: Do Cálculo da Riqueza Criada pela Empresa ao Valor do PIB. São Paulo: Atlas. 1998
- REIS, C. N; MEDEIROS, L. E.** Responsabilidade Social das Empresas e Balanço Social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social. São Paulo: Atlas, 2007.
- SILVA, Ivandro Coimbra da.** Balanço Social – Ferramenta de Informação Além da Formalidade Contábil. Disponível em: <[www.delasalle.com.br/artigo/balancosocial.htm](http://www.delasalle.com.br/artigo/balancosocial.htm)>. Acesso em 26 fev.2005.
- SOUZA, Herbert de.** Balanço Social das empresas públicas. Artigo publicado em Folha de S. Paulo, 06/05/97. Disponível em <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em: 26 mar. 2005
- SUCUPIRA, João.** A Responsabilidade Social das Empresas. Disponível em <[www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid&SID=>](http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid&SID=>)>. Acesso em: 26 mar.2005.
- TINOCO, Eduardo Prudência.** Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.
- TINOCO, João Eduardo Prudência.** Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2008.
- TINOCO, J. E. P.; KRAEMER, E. P.** Contabilidade e Gestão Ambiental. São Paulo: Atlas, 2004.
- TORRES, Ciro.** Um Pouco da História do Balanço Social. Disponível em <<http://www.balancosocial.org.Br/cgi/cgiluaa/exe/sys/start.htm?infoid=3&sid=3>>. Acesso em: 26 mar.2005
- TREVISAN, Fernando Augusto.** Balanço Social como Instrumento de Marketing. Disponível em <[www.trevisan.com.br/balanço\\_social.asp](http://www.trevisan.com.br/balanço_social.asp)>. Acesso em: 26 mar.2005.
- VELOSO, Letícia Helena M.** Ética, Valores e Cultura: especificidades do conceito de responsabilidade social corporativa. IN: ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.) Ética e Responsabilidade Social nos negócios. São Paulo: Saraiva 2002.