

FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURÍPIDES SOARES DA ROCHA”  
CENTRO UNIVERSITÁRIO “EURÍPIDES DE MARÍLIA” – UNIVEM  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**ANA CLAUDIA FRANZEN  
TÍMOTI DO NASCIMENTO**

**UM ESTUDO SOBRE A GESTÃO DE SUSTENTABILIDADE E  
RESPONSABILIDADE SOCIAL DO BANCO BRADESCO**

MARÍLIA  
2009

ANA CLAUDIA FRANZEN  
TÍMOTI DO NASCIMENTO

UM ESTUDO SOBRE A GESTÃO DE SUSTENTABILIDADE E  
RESPONSABILIDADE SOCIAL DO BANCO BRADESCO

Trabalho de Curso apresentado ao Curso de Administração da Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora:  
Prof<sup>ª</sup>. Solange Aparecida Devechi Ordones.

MARÍLIA  
2009

Franzen, Ana Claudia, Nascimento, Tímoti do.

Um estudo sobre a Gestão de Sustentabilidade e Responsabilidade Social do Banco Bradesco / Ana Claudia Franzen; Tímoti do Nascimento; orientadora: Solange Aparecida Devechi Ordonez. Marília, SP: [s.n.], 2009.

60 f.

Trabalho de Curso (Graduação em Administração) – Curso de Administração com ênfase em Gestão Empresarial, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, Marília, 2009.

1. Banco Bradesco 2. *Stakeholders* 3. Sustentabilidade  
4. Responsabilidade Socioambiental.

CDD: 338.9



FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"  
Mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIVEM

Curso de Administração

Ana Claudia Franzen - 37581-0

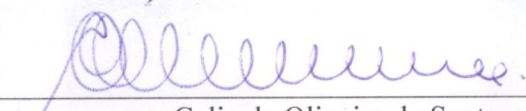
Tímoti do Nascimento - 36687-0

TÍTULO "UM ESTUDO SOBRE A GESTÃO DE SUSTENTABILIDADE E  
RESPONSABILIDADE SOCIAL DO BANCO BRADESCO "

Banca examinadora do Trabalho de Curso apresentada ao Programa de Graduação em  
Administração de Empresas da UNIVEM, F.E.E.S.R, para obtenção do Título de  
Bacharel em Administração de Empresas.

Nota: 8.5

ORIENTADOR:   
Solange Aparecida Devechi Ordones

EXAMINADOR:   
Célia de Oliveira de Santana

Marília, 09 de dezembro de 2009.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradecemos a Deus, por nos conceder o direito da vida, a inteligência e a capacidade para a realização deste trabalho.

Aos nossos pais, que além de ser a razão de nossa existência, dedicam-se a nós por tempo integral, ao nos educar, presentes tanto nos momentos de alegria como também nos de fracassos, incentivando-nos ao longo de suas vidas, ao passar a coragem para nunca desistirmos de nossos sonhos e objetivos.

Agradecemos aos nossos familiares e amigos, por nos compreender, acompanhar e pela verdadeira amizade.

Agradecemos ao Corpo Docente pela dedicação, nos anos de trabalho que dedicaram para que hoje pudéssemos estar prontos para o mercado de trabalho, e acima de tudo pela educação que nos deram que nos tornou pessoas melhores.

FRANZEN, Ana Claudia, NASCIMENTO, Tímoti do. **Um Estudo Sobre a Gestão de Sustentabilidade e Responsabilidade Social do Banco Bradesco**. 2009. 60 f. Trabalho de Curso (Bacharelado em Administração) – Centro Universitário Eurípides de Marília, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, Marília 2009.

## RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso aborda as práticas de Desenvolvimento Sustentável, do Banco Bradesco, tema que reflete grande importância para a sociedade, onde o banco busca constantemente desde o ano de 1943 com ações que possam garantir melhores condições de vida para todos, envolvendo seus *stakeholders*, como seus funcionários, acionistas, fornecedores, governo, comunidade, clientes, entre outros.

A organização demonstra em suas práticas sociais um enorme comprometimento, preocupação com os problemas tanto sociais com a população como ambientais, firmando o compromisso de uma sociedade mais justa socialmente e com respeito ao meio ambiente em que vivemos.

Apresentamos ainda qual a percepção do consumidor sobre as práticas socioambientais das organizações e uma reflexão de qual a tendência sobre os interesses dos consumidores sobre essas práticas.

As ações são apresentadas com base nas informações do relatório de práticas socioambientais do Banco Bradesco, e pela análise em campo por um dos participantes que trabalha na Organização e pode vivenciar as práticas em seu dia-a-dia.

Antes da apresentação dos dados da empresa é realizado um estudo teórico do tema Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental.

**Palavras-chave:** Banco Bradesco; *Stakeholders*; Sustentabilidade; Responsabilidade Socioambiental.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Alunos atendidos, por nível de ensino.....	32
Figura 2 – Recursos financeiros investidos.....	33
Figura 3 – Dia Nacional de Ação Voluntária 2009.....	35
Figura 4 – Café da tarde com música. Dia Nacional de Ação Voluntária 2009.....	35
Figura 5 – Momentos de lazer. Dia Nacional de Ação Voluntária 2008.....	36

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO 1 – HISTÓRICO DO BANCO BRADECO S A.....	11
1.1 Atualidade.....	13
CAPÍTULO 2 – EVOLUÇÃO DO TERMO SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	14
2.1 Responsabilidade Social .....	14
2.2 O Uso Oficialmente do Termo Sustentabilidade.....	15
2.3 Os Pilares do Desenvolvimento Sustentável .....	16
2.4 Responsabilidade Social e Sustentabilidade no Brasil .....	16
2.5 Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável - Atualmente.....	17
2.5.1 A Década Da Educação Para o Desenvolvimento Sustentável .....	17
CAPÍTULO 3 – RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS.....	20
3.1 As Ações Sociais nas Empresas .....	20
3.2 Stakeholders .....	21
CAPÍTULO 4 - PERCEPÇÕES DO CONSUMIDOR .....	23
4.1 Dados Relatados no Sumário do Instituto Ethos .....	23
4.2. Reflexões diante da Pesquisa.....	25
CAPÍTULO 5 – PRIMEIRAS PRÁTICAS SOCIAIS DO BRADESCO .....	27
CAPÍTULO 6 - FUNDAÇÃO BRADESCO .....	28
6.1. Marcos Históricos.....	28
6.2. Ensino Profissionalizante .....	29
6.3 Educação de Jovens e Adultos.....	30
6.4 Indicadores de Atendimento para a Educação.....	31
6.5. Outras Iniciativas .....	33
6.6. Dia Nacional de Ação Voluntária.....	34
6.7 Programa Educa+Ação .....	36
CAPÍTULO 7 – OBJETIVOS DO MILÊNIO .....	38
CAPÍTULO 8 - PRINCIPAIS CERTIFICAÇÕES .....	41
8.1 Rating AAA+.....	41
8.2 DJSI Dow Jones Sustainability Index .....	41
8.3 ISE .....	42
8.4 Certificações ISO (International Organization for Standardization).....	42
8.4.1 ISO 14001 .....	42
8.4.2 ISO 14064.....	42
8.5 SA8000 .....	43
8.6 OHSAS 18001 .....	44
CAPÍTULO 9 - PROGRAMAS DE SUSTENTABILIDADE.....	45
9.1 Programa de Neutralização de Carbono .....	45



9.2 Utilização de Produtos Ecologicamente Corretos .....	45
CAPÍTULO 10 – GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE .....	47
10.1 Banco Do Planeta .....	47
10.2 Conscientização no Dia-a-dia.....	48
10.3 Finanças Sustentáveis .....	49
10.4 Inclusão Bancária .....	50
10.4.1 Rede de Atendimento .....	50
10.5 Acessibilidade de Clientes e Demais Usuários .....	51
10.6 Princípios do Equador .....	52
10.7 Linhas de Crédito Socioambientais .....	52
10.7.1 Microcrédito .....	53
10.7.2 Convênio João de Barro .....	54
10.8 SOS Mata Atlântica .....	54
10.9 Amazonas Sustentável.....	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	56
REFERÊNCIAS .....	58
ANEXO .....	60

## INTRODUÇÃO

O tema sustentabilidade adquire uma importância cada vez maior; é um assunto que gera interesse de estudiosos, profissionais e sociedade em geral. As empresas hoje são pressionadas pela sociedade em relação ao compromisso com as futuras gerações, e os diversos públicos valorizam companhias que se preocupam com o uso consciente de seus recursos, prezam pela transparência nos relacionamentos. Logo, a importância do tema envolve o interesse da empresa na obtenção e ampliação de lucros através de ações que garantam que suas atividades gerem o mínimo possível de danos, seja ao meio ambiente, a sociedade ou a economia; intenção de auferir imagem positiva perante a sociedade, ou também manter uma política ética e responsável junto aos seus *stakeholders*, passando a ter uma dimensão estratégica.

O tema foi escolhido em face da importância da Sustentabilidade ao conquistar o consumidor cada vez mais exigente, respondendo simultaneamente aos interesses da própria organização e dos demais *stakeholders*.

A finalidade do estudo é apresentar um relato de uma organização que desenvolve atividades em seus diversos setores, garantindo a proteção das gerações futuras, assegurando que seus negócios sejam geridos de maneira sustentável. Este objeto de estudo foi escolhido porque o Banco Bradesco foi fundado na cidade de Marília-SP, local onde está sendo desenvolvido o presente estudo, e é motivo de orgulho para a cidade, é exemplo de gestão eficiente quando o assunto é Desenvolvimento Sustentável.

Para alcançar os resultados desejados por este trabalho, será desenvolvido um estudo de caso analisando quais são as práticas que fazem do Banco Bradesco referência em desenvolvimento sustentável.

Este trabalho segue dividido em dez capítulos, sendo o primeiro capítulo um breve histórico com dados da atualidade do Banco Bradesco, o segundo capítulo relata a evolução do termo Sustentabilidade e Responsabilidade Social, o terceiro capítulo refere-se à Responsabilidade Social nas Empresas, no quarto capítulo apresenta uma pesquisa publicada pelo Instituto Ethos em 2008, que analisa as percepções do consumidor diante do tema de Responsabilidade Social das empresas.

Nos demais capítulos seguintes referem-se às práticas sociais desenvolvidas pelo Banco Bradesco, ligadas a seus *stakeholders*, as certificações adquiridas. Por fim, será

apresentado as considerações finais do estudo baseado nas bibliografias e nas informações adquiridas junto à instituição estudada.

## CAPÍTULO 1 – HISTÓRICO DO BANCO BRADESCO S A

O Banco Bradesco teve início em 1943, quando o Seu fundador Amador Aguiar adquiriu com amigos a Casa Bancária Almeida, um banco falido de Marília (SP). A instituição ganhou de imediato um novo nome: Banco Brasileiro de Descontos, o Bradesco. No dia da inauguração, a morte repentina do sócio escolhido para dirigir o novo negócio fez de Amador Aguiar o diretor-presidente. Além de plenos poderes, foi agraciado com 10% das ações do banco, que, por sinal, naquele momento, nada valiam. O Bradesco era tão insignificante que o próprio Aguiar fazia piada da sigla da instituição nascente. "Banco Brasileiro dos Dez Contos, se há?", alguém perguntava, e ele respondia às gargalhadas: "Não há!"

Em 1946, ele transferiu a sede do banco de Marília para a Rua 15 de Novembro, no centro de São Paulo - sete anos depois, a administração do Bradesco seria instalada em Osasco, na Grande São Paulo, de onde nunca mais saiu. "Foi o pioneiro em separar a administração das agências", disse Lázaro de Mello Brandão, sucessor de Aguiar e presidente do Bradesco até pouco tempo atrás - atualmente, preside o Conselho de Administração. Segundo Brandão, a idéia de Aguiar era afastar os altos executivos do Bradesco dos problemas corriqueiros das agências. Com isso, sobraria tempo para eles se dedicarem aos grandes negócios. Outra inovação: o Bradesco foi o primeiro banco a aceitar o pagamento das contas de luz. "Com sua visão aguçada, ele fez com que o Bradesco se transformasse, já em 1959, no maior banco privado da América Latina, posição que nunca mais perdeu", disse Brandão. Na fachada do prédio do Bradesco em Osasco ainda hoje se lê a frase que sempre inspirou Aguiar: "Só o trabalho pode produzir riquezas".

Em seu caso, gerou uma fortuna pessoal avaliada em US\$ 860 milhões. Mas Aguiar - que teve três filhas e 13 netos - foi um homem de hábitos simples até o fim da vida. Fazia questão de dirigir seu próprio carro, um Fusca. A maior diversão era cortar lenha em uma das fazendas espalhadas pelo País. Gostava de dormir em rede e, curiosamente, nunca usou talão de cheques. Tampouco guardava dinheiro no bolso. Afastou-se da administração do Bradesco, em 1990, e morreu a 24 de janeiro de 1991 de parada cardíaca. Ficou a lenda de uma das mais bem-sucedidas carreiras de *self made man* do País.

Percebe-se que o Bradesco em matéria de pioneirismo está muito além de seus concorrentes, pois podemos citar alguns exemplos que o Bradesco foi o primeiro a oferecer a seus clientes:

- O primeiro cheque especial;
- O primeiro computador utilizado por empresa brasileira;
- O primeiro cartão de crédito do país;
- A primeira máquina de saques;
- O primeiro home banking;
- O primeiro serviço de atendimento ao consumidor;
- A primeira rede privada de comunicação via satélite;
- O primeiro terminal de auto-atendimento para retirada de talões;
- O primeiro shopping virtual;
- Os primeiros serviços financeiros pela Internet via celular;
- O primeiro a lançar programas de responsabilidade social, oferecendo educação gratuita a crianças e jovens de regiões carentes.

A estratégia inicial do banco consistiu em atrair o pequeno comerciante, o funcionário público, a força de trabalho dominante, formada por pequenos agricultores e imigrantes japoneses, enfim, pessoas de posses modestas, enquanto os bancos da época só tinham atenções para os grandes proprietários de terras, fazendo de Amador o pioneiro da democratização do atendimento.

Em 1956, a valorização do papel social da organização deu ênfase especial à Fundação Bradesco, com o objetivo de levar educação gratuita a crianças, jovens e adultos carentes, hoje são 40 escolas espalhadas pelo Brasil e mais de 107.700 alunos.

A década de 1960 foi marcada pela chegada da informática ao Banco, sendo o primeiro a adquirir um computador, e em 1968 implanta o cartão de crédito Bradesco.

O país, na década de 1970, apresentou taxas de crescimento anuais acima de 10%, o que proporcionou expansão para a organização que incorporou 17 outros bancos e chega à milésima agência, em 1978.

Na década seguinte o Grupo Bradesco Seguros passa a atuar, o uso de cartão magnético popularizou-se e são implantadas as primeiras agências com auto-atendimento e tele-compras.

Atualmente, entre os líderes nos segmentos como Corporate, Private, Prime e Empresas e atendimento a micro, pequenas e médias empresas, permanece com o foco no atendimento ao cliente onde quer que ele esteja, em qualquer parte do mundo, por diferentes meios, renovando os conceitos de seu fundador, assegurando, assim, sua permanente evolução.

## 1.1 Atualidade

Segundo matéria publicada pelo jornal O Estado de São Paulo em sua versão online de 07 de abril de 2009 o Bradesco é a marca mais valiosa do Brasil, o ranking das marcas mais valiosas foi realizado pela empresa de consultoria Brand Finance. Líder também em 2008, a marca Bradesco encerrou o ano avaliada em R\$ 16, 265 bilhões.

Conforme os dados disponíveis na Intranet Corporativa do Bradesco, em 2008, foram abertas 199 agências, elevou a rede própria para 3.359 pontos de atendimento, junto com o Banco Postal, uma parceria com os correios ampliou a presença para 93% dos municípios, em 1.900 cidades, é o único banco disponível. Em 2008 contratou 3.849 novos funcionários, elevou o quadro para 86,6 mil colaboradores.

Em 2008 ganhou 1,3 milhões de novos clientes, e alcançou 20,1 milhões de correntistas, 35,8 milhões de poupadores e 22, 0 milhões de segurados.

Os ativos totais cresceram 33%, para R\$ 454,4 bilhões, as operações de crédito aumentaram 32%, para R\$ 173,4 bilhões. Os depósitos totais cresceram 67,3%, para R\$ 164,5 bilhões. O lucro líquido, de R\$ 7,6 bilhões, representou uma rentabilidade de 31,5% do capital investido.

Diante dos resultados apresentados o Bradesco foi eleito a Empresa do Ano pela revista isto é dinheiro em sua edição número 619 de 19/08/2009. Podemos verificar que a Organização Bradesco trata-se de uma sólida empresa que tem sua marca reconhecida e respeitada não apenas no Brasil, mas no mundo. Hoje o Bradesco além de ser uma das maiores empresas do país, é também uma das que mais investem em desenvolvimento sustentável e responsabilidade social, é isso que veremos nas informações apresentadas nesse trabalho.

## **CAPÍTULO 2 – EVOLUÇÃO DO TERMO SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Recentemente o tema sustentabilidade passou a ser amplamente explorado em decorrência do aumento intensivo da ação do homem sobre a natureza, seja direta ou indiretamente. As conseqüências dessas ações tem sido uma completa desorganização do meio ambiente, resultando em catástrofes que se voltam contra o próprio homem.

Segundo Philippi Jr., (2005, p.141) desde a longínqua Antiguidade que existem estudos e denúncias acerca de problemas ambientais em virtude da ação antrópica, resultando na edição de leis, decretos normas de caráter proibitivo ou disciplinador da interferência humana sobre os ecossistemas. O autor cita grandes doutrinadores, filósofos, dentre outras personalidades que em seus trabalhos, tanto na esfera nacional, e internacional já falavam sobre o tema, dentre eles: Platão, na antiguidade; Friedrich Engels, em 1825; Charles Darwin, em 1859; Joaquim Nabuco, em 1883; Theodore Roosevelt em 1914; Rachel Carson, em 1962.

Para que possamos compreender a evolução histórica do tema “Sustentabilidade” precisamos também analisar o termo “Responsabilidade Social”, pois esses temas estão diretamente ligados.

### **2.1 Responsabilidade Social**

De acordo com os autores Duarte e Dias (1986, p. 41), as primeiras manifestações sobre Responsabilidade Social empresarial aconteceram no início do século XX, com trabalhos de Charles Eliot (1906), Arthur Hakley (1907) e John Clark (1916); na época, seus estudos e propostas foram considerados como heresias socialistas, e foram “condenados” pela maioria dos empresários e pelo pensamento capitalista mais conservador, portanto não obtiveram sucesso.

Nos anos de 1920, ressurgiu a idéia com o inglês Oliver Sheldon, que, em 1923, defendeu a inclusão entre as preocupações da empresa, de outros objetivos além dos lucros dos acionistas. A maioria dos empresários e intelectuais não aceitaram a idéia.

Em 1942, a idéia desperta o interesse de alguns empresários e apesar de ser de maneira precariamente, começam a pensar em dirigir suas responsabilidades na busca de manter o equilíbrio entre os interesses organizacionais e do público.

A responsabilidade dos que dirige a indústria é manter um equilíbrio justo entre os vários interesses do público como consumidor, dos funcionários e operários, como empregados, e dos acionistas, como investidores. Além disso, dar a maior contribuição possível ao bem-estar da nação como um todo. (DUARTE, 1986, p. 41).

Entre as décadas de 1960 e 1970, nos Estados Unidos e parte da Europa, as empresas foram praticamente coagidas a buscar respostas às reivindicações de alguns setores da sociedade, por exemplo, o movimento sindical e estudantil europeu, na luta pelos direitos civis norte-americanos e nas manifestações contra as armas químicas utilizadas na Guerra do Vietnã (1964-1973); os movimentos dos consumidores, exigindo uma nova postura das empresas, tomam posição de uma forma mais sistemática e generalizada. Organizam boicotes aos serviços ligados à guerra e ações de força contra algumas organizações. Algumas denúncias e protestos às empresas, envolvidas de alguma forma no conflito bélico na Ásia, foram pontos importantes para iniciar um processo de mudança na prática e na cultura empresarial. O desenvolvimento do conceito de responsabilidade social teve a pressão dos consumidores, a exigência por parte das comunidades de uma nova postura das empresas, que muitas vezes chega a ser confundida com a luta pelos direitos cívicos.

Empresas que foram beneficiadas de alguma forma pela Guerra do Vietnã, buscaram reverter sua imagem corroída perante a sociedade, por meio de ações sociais, relacionando-se positivamente com todos os seus *stakeholders*.

Outro fator determinante, que foi a crise do *Welfare State*, ocorrida em meados da década de 1970. (KIRSCHNER, 1977.).

(...) a retirada progressiva do Estado das atividades econômicas e o enfraquecimento de sua função reguladora evidenciam que “deixar as forças do mercado atuarem livremente” deixou de ser apenas recurso de retórica ou uma tendência apenas percebida para se tornar uma forte política econômica adotada por diversos países. (KIRSCHNER, 1998, p. 20).

## **2.2 O Uso Oficialmente do Termo Sustentabilidade**

O termo Sustentabilidade foi oficialmente usado pela primeira vez na Assembléia Geral das Nações Unidas em 1979. Foi assumido pelos governos e pelos organismos multilaterais a partir de 1987, quando depois de quase mil dias de reuniões de especialistas convocados pela ONU sob coordenação da primeira ministra da Noruega, Gro Brundland,



publicou o documento *Nosso Futuro Comum*. É lá que aparece a definição tornada clássica: “*sustentável é o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades*”.

Na verdade, o conceito tem uma pré-história de quase três séculos. Ele surgiu da percepção da escassez. As potências coloniais e industriais européias desflorestaram vastamente seus territórios para alimentar com lenha a incipiente produção industrial e a construção e a construção de navios, com os quais transportavam mercadorias e submetiam militarmente grande parte dos povos da Terra. Então surgiu a questão da escassez, Carl Von Carlowitz respondeu, em 1713, com um tratado que vinha com o título latino de *Sylvicultura Oeconomica*. Então ele usou a expressão “*nachhaltendes wirstchaften*”, que traduzido significa: “*administração sustentável*”. (SILVA JR, 2008, p. 103-104)

### **2.3 Os Pilares do Desenvolvimento Sustentável**

Em 2002 na Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável realizada em Joanesburgo, foi elaborada uma Declaração Política afirmando que o Desenvolvimento Sustentável é constituído sobre “três pilares interdependentes e mutuamente sustentadores”- desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e proteção ambiental. Esse paradigma reconhece a complexidade e o inter-relacionamento de questões crítica como pobreza, desperdício, degradação ambiental, decadência urbana, crescimento populacional, igualdade de gêneros, saúde, conflito e violência aos direitos humanos.

### **2.4 Responsabilidade Social e Sustentabilidade no Brasil**

Já no Brasil, um marco do uso do termo Responsabilidade Social, foi a Carta de Princípios dos Dirigentes Cristãos de Empresas, publicada em 1965, pela Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas.

No Brasil, a exemplo de outros países, também foi lenta a aceitação por parte das empresas em assumir outras responsabilidades além de produzir e gerar lucros. Apesar de ter iniciado a discussão da idéia de Responsabilidade Social na década de 1960, após a criação da ADCE – Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas, e somente em meados de 1970 que

existe uma melhor aceitação, por parte dos empresários da época, mas ainda fraca para a necessidade existente.

O conceito de Desenvolvimento Sustentável foi definitivamente incorporado como um princípio, durante a Conferência das Nações Unidas Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, denominada ECO-92 no Rio de Janeiro. O Desenvolvimento Sustentável busca o equilíbrio entre proteção ambiental e desenvolvimento econômico e serviu como base para a formulação da AGENDA 21, que foi um dos principais resultados da conferência. É um documento que estabeleceu a importância de cada país a se comprometer a refletir, global e localmente, sobre a forma pela qual governos, empresas, organizações não-governamentais e todos os setores da sociedade poderiam cooperar no estudo de soluções para problemas socioambientais.

## **2.5 Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável - Atualmente**

Os conceitos analisados estão bem mais aprimorados, e muitas organizações já estão buscando até mesmo se certificar atuando de forma sustentável, alguns órgãos promovem a Gestão Sustentável através de parceria com as empresas que desejam se certificar como é o caso do Instituto Ethos que define a gestão responsável como: Responsabilidade Social Empresarial que é a forma de gestão que se define por relacionar e estabelecer metas empresariais, que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades.(INSTITUTO ETHOS, 2009)

### **2.5.1 A Década Da Educação Para o Desenvolvimento Sustentável**

Por ocasião da Conferência de Joanesburgo, em 2002, a visão para o desenvolvimento sustentável ampliou-se para abranger a justiça social e a luta contra a pobreza como princípios primordiais do desenvolvimento que deveria resultar em sustentável. Os aspectos humanos e sociais do desenvolvimento sustentável significam que solidariedade, igualdade, parceria e cooperação eram tão fundamentais para a proteção do meio ambiente como quanto às abordagens científicas. Além de reafirmar os objetivos educacionais dos objetivos do milênio e do Marco de Ação de Dacar do Programa Educação Para Todos, a Conferência propôs a década de educação para o desenvolvimento sustentável como uma

maneira de sinalizar que educação e aprendizagem encontram-se no centro das abordagens para o desenvolvimento sustentável.

Na sua quinquagésima sétima reunião, realizada em dezembro de 2002, a Assembléia das Nações Unidas proclamou a implementação da Década de Educação para o Desenvolvimento Sustentável para o período de 2005 a 2014, “enfatizando que a educação é um elemento indispensável para que se atinja o desenvolvimento sustentável”. A Assembléia também designou a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) para liderar a promoção e implementação da década.

Segundo as determinações da Assembléia Geral das Nações Unidas, a Conferência dos Ministros do Meio Ambiente organizada pela Comissão Econômica das Nações Unidas para a Europa, realizada em Kiev, Ucrânia em maio de 2003, também enfatizou a necessidade de melhorar os sistemas educacionais e os programas de aprendizagem para o desenvolvimento sustentável com o objetivo de aumentar a compreensão geral de como promover e implementar o desenvolvimento sustentável.

Este documento atende a um pedido da Assembléia Geral das Nações Unidas para elaboração de um plano de implementação e é resultado de amplas consultas com as agências das Nações Unidas, governos nacionais, organizações da sociedade civil, ONGs e especialistas. Fundamenta-se no marco de referência para implementação do plano da década da educação das Nações Unidas para o desenvolvimento sustentável, que impulsionou o processo de consultas.

A UNESCO divulgou mundialmente um marco de referência para este plano, após consulta inicial aos parceiros das Nações Unidas, em setembro de 2003.

Mais de duas mil contribuições foram recebidas, muitas delas constituindo a consolidação de opiniões de centenas de pessoas. Este projeto de plano foi devidamente revisado por acadêmicos e especialistas na matéria antes de ser submetido, em julho de 2004 aos consultores de alto nível para assuntos da década, que assessoram o diretor-geral da UNESCO. Foi, então, apresentado na 59ª sessão da Assembléia Geral das Nações Unidas, na cidade de Nova York, nos dias 18 e 19 de outubro de 2004.

O plano internacional de implementação constitui um marco geral para que todos os parceiros possam contribuir para a década. O plano não é prescritivo, mas fornece de modo global orientações e conselhos e mostra por que, como, quando e onde um grande número de parceiros podem desenvolver suas contribuições com base em seus próprios contextos. A estrutura apresenta resumidamente o desafio do programa educação para o desenvolvimento

sustentável e descreve o tipo de educação que, coletivamente, os parceiros consideram essencial para facilitar o desenvolvimento sustentável. (SILVA JR, 2008).

## **CAPÍTULO 3 – RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS**

Atualmente as empresas ainda encontram certa dificuldade em desenvolver políticas sustentáveis, é preciso analisar bem o assunto e buscar órgãos regulamentadores para não acabar desenvolvendo atividades socioambientais sem necessariamente ser uma empresa responsavelmente social.

### **3.1 As Ações Sociais nas Empresas**

Segundo o professor e escritor Augusto de Franco em seu livro “Capital Social e Desenvolvimento Local”, as ações sociais de uma empresa não devem apenas visar o assistencialismo, ser uma empresa responsavelmente social é garantir a manutenção dos recursos utilizados por esta.

Se uma empresa exerce sua responsabilidade empresarial doando cadeiras de rodas para a população, o efeito sistêmico de sua atuação em termos do incremento do capital social será muito pequeno (ou, em alguns casos, poderá até ser negativo: se ela só fizer isso de modo assistencialista, por exemplo). Mas se a empresa investe no ambiente como um todo, lançando mão de programas inovadores de investimento em capital social, como os programas de indução do desenvolvimento local ou setorial, aí os resultados da sua atuação serão bem mais expressiva. (FRANCO, 2001, p.58)

Portanto para ser uma empresa de fato responsavelmente social é preciso ir além de simples ações sociais desenvolvidas de forma aleatória ou sazonal, é preciso ter princípios de ética e de sustentabilidade “enraizados” nas políticas da empresa. A responsabilidade socioambiental deve ser o norte que aponta se as atividades estão no caminho correto.

Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (INSTITUTO ETHOS, 2009).

A imagem da empresa que desenvolve suas atividades sem preocupar-se com os impactos negativos que pode causar, ou aquela que visa apenas o lucro e não interage com

seus stakeholders, tende a estar comprometida, pois ainda que atualmente não seja fator determinante na escolha do consumidor políticas socioambientais, há uma forte tendência que em breve isso possa mudar impulsionado pelas ONGs que se destinam ao acompanhamento das atividades empresariais e pelos meios de comunicação que a cada dia mais tem informado o consumidor sobre quais são as empresas responsavelmente sociais e quais não são. Além disso, não atentar-se para princípios socioambientais é perder lugar para os concorrentes que já estiverem se adaptando as normas de desenvolvimento sustentável.

A nova realidade de mercado fez com que as empresas investissem mais em outros atributos hoje essenciais, além de preço e qualidade: confiabilidade, serviço de pós-venda, produtos ambientalmente corretos e relacionamento ético da empresa com seus consumidores, fornecedores e varejistas, além da valorização de práticas ligadas ao ambiente interno, como a política adotada em relação à segurança de seus funcionários ou produtos e à qualidade e preservação do meio ambiente. (ASHLEY, 2002, p.5).

### 3.2 Stakeholders

Segundo o Relatório de Sustentabilidade 2008 do Bradesco, para a Organização é fundamental manter relacionamentos duradouros e conscientes com todos os públicos de interesses (Stakeholders).

Conforme apresentado pelo Instituto Ethos, a empresa que é socialmente responsável é aquela que compreende que suas ações devem ir além de atender apenas os interesses da organização, ou apenas limitar-se a iniciativas de preservação ambiental, a empresa deve compreender e atuar de acordo com os interesses de todas as partes interessadas.

Denominados também públicos estratégicos, os *stakeholders* são públicos com os quais a empresa ou instituição interage e que desempenham importante papel para ela... Em geral os *stakeholders* são formados por clientes, fornecedores, governo, mídia, funcionários, acionistas, comunidade, distribuidores, universidades e entidades de classe. (INSTITUTO ETHOS, 2004, p. 87)

Segundo o RSA 2008 o Bradesco iniciou em 2008 atividades que visam maior diálogo com as partes interessadas como, por exemplo, o 1º Ciclo Bradesco de Diálogos com Stakeholders, Desse encontro surgiram subsídios que auxiliaram a organização no planejamento das futuras iniciativas e na adequação das atuais.

O Bradesco demonstra com a criação do ciclo de diálogos que é de fato uma empresa atualizada e alinhada com as práticas de gestão socialmente responsável e que valoriza a

opinião e os interesses de todas as partes envolvidas com suas atividades. Pode-se verificar no anexo 1 o quadro completo dos públicos estratégicos do Banco Bradesco.

## **CAPÍTULO 4 - PERCEPÇÕES DO CONSUMIDOR**

O Instituto Ethos em seu Sumário Publicado em 2008 apresenta uma pesquisa realizada em parceria com o Instituto Akatu e com a Market Analysis, empresa que cedeu os dados da pesquisa realizada nos anos de 2006 e 2007. Essa pesquisa teve como principal objetivo monitorar as percepções dos consumidores diante da questão da responsabilidade social das empresas, avaliando a evolução dessas percepções sobre o papel das corporações na sociedade e das expectativas dos consumidores em relação aos impactos sociais e ambientais produzidos pelas empresas. O estudo também buscou detectar possíveis mudanças nos comportamentos, explicando os fatores que impulsionaram tais movimentos.

### **4.1 Dados Relatados no Sumário do Instituto Ethos**

Segundo a pesquisa publicada no Sumário de 2008 do Instituto Ethos, o brasileiro tem interesse nas ações de Responsabilidade Social e Ambiental das empresas, portanto, no seu papel social.

Uma larga maioria dos brasileiros tem atualmente uma visão positiva quanto à contribuição das grandes empresas para uma sociedade melhor para todos.

Pouco mais do que uma maioria atribui às empresas uma papel mais amplo do que apenas o econômico, mas dois em cada três consumidores têm alta expectativa de que as empresas tenham responsabilidades “cidadãs”, isto é, voltadas ao mundo fora das empresas.

As principais conclusões com relação aos dados verificados na pesquisa foram:

1- O consumidor acredita que as empresas poderiam contribuir em temas sociais, destacando-se, entre eles, a saúde e a educação.

Segundo a pesquisa, 77% dos entrevistados são interessados em saber o que as empresas fazem para serem socialmente responsáveis.

Verificou-se também que 51% dos entrevistados atribuem as empresas uma responsabilidade que não se limita apenas ao papel econômico, espera que essas empresas estabeleçam padrões éticos mais elevados, ajudando a construir uma sociedade melhor para



todos. Os brasileiros priorizam saúde (28%), e educação (22%), como as áreas onde as empresas mais poderiam contribuir para melhorar sua comunidade.

2- O brasileiro ainda não é ativo em exercer seu poder como consumidor para influenciar empresas na mesma proporção em que revela interesse por RSE, muito embora ele saiba que tem esse poder.

A pesquisa demonstra que o consumidor sabe que tem poder de influenciar as empresas, entre os entrevistados em 2007, 75% concorda que o consumidor pode interferir na maneira como uma empresa atua de forma responsável.

Porém a pesquisa também demonstra que o consumidor não é ativo na mesma proporção quando se trata de buscar informações sobre as políticas de responsabilidade social das empresas. Segundo os dados coletados 1 em cada 3 brasileiros buscam informações sobre o comportamento das empresas, 41% das pessoas debate o comportamento ético ou social das empresas.

3- Embora o brasileiro continue entusiasmado com a RSE, está menos engajado em ações do que há alguns anos, discutindo menos e atuando menos no momento de seus atos de compra.

Segundo a pesquisa o percentual de consumidores que pensaram em “premiar” empresas socialmente responsáveis, somado ao dos que efetivamente o fizeram, caiu de 39% em 2000 para 28% em 2004 e para 24% em 2007.

4- Os formadores/líderes de opinião são mais ativos do que a média da população em debater o comportamento das empresas e em agir sobre elas, apontando para um caminho de possível evolução da RSE na agenda da população, cobrando-as na prática pela sua responsabilidade social e ambiental.

Segundo os pesquisadores formadores/líderes de opinião constituem um segmento de pessoas mais bem informadas e que, por traços de personalidade e pela posição que ocupam, para definir o perfil dos líderes foram feitas algumas perguntas como: hábito de leitura de jornais, participação ou não como membro de organizações, se costumam falar em eventos públicos etc.

Verificou-se que 65% dos formadores de opinião debateram o comportamento das empresas (várias ou algumas vezes) contra 41% da população em geral.

5- Em todo mundo, de forma geral, não chega à maioria o percentual dos consumidores ativos em buscar informações sobre a RSE das empresas e que as premiam ou as punem em função dessas ações. Os consumidores dos Países desenvolvidos tendem a avaliar o desempenho de RSE das empresas de forma mais crítica, enquanto que os consumidores dos países em desenvolvimento tendem a ter uma visão mais positiva.

Os dados demonstram que não atinge 40% o número de consumidores com um comportamento ativo com relação às cobranças por atitudes socialmente responsáveis das empresas.

A pesquisa demonstra que o consumidor brasileiro sobressai-se como mais atento ao que ocorre na esfera corporativa do que os demais consumidores da América Latina, chegando até estar mais atento do que consumidores de algumas sociedades mais desenvolvidas.

6- Em 2006 o Brasil destacou-se no mundo pelo tipo de expectativa em relação ao papel das empresas e pela expectativa de regulamentação governamental sobre a RSE. Mas o Brasil assemelha-se à média mundial de valorização do tema “Educação e Treinamento” como contribuição das grandes empresas para melhorar o mundo.

A pesquisa mostra que em 2006 os brasileiros se destacaram, na abordagem desta questão pela adesão ao paradigma convencional da empresa, AM comparação ao resto do mundo: 43% apontam a importância do foco em lucro, leis, empregos e impostos

No cenário mundial, o Brasil se destaca como o país onde a opinião pública tem maiores expectativas tanto operacionais como cidadãs atreladas ao papel das empresas.

#### **4.2. Reflexões diante da Pesquisa**

A pesquisa relatada pelo Instituto Ethos demonstra que por um lado a Responsabilidade Social Empresarial é um fenômeno que veio para ficar: os consumidores têm alta expectativa quanto a este tema e associam as empresas positivamente a um papel social.

Por outro lado, verificou-se que o consumidor ainda não suficientemente informado e se mostra cético em relação à atuação das empresas, o que se torna um desafio para aquelas que estão realmente engajadas nas ações de responsabilidade social.

As empresas engajadas necessitam comunicar-se adequadamente com seus consumidores dando a eles informações claras sobre suas práticas. Através de informações claras o consumidor poderá desenvolver um consumo consciente tornando-se um indutor do aprofundamento da RSE, promovendo uma reação em cadeia onde as empresas já engajadas dedicam-se cada vez mais e aquelas que ainda não o são possam adequar-se a essa realidade adotando políticas de RSE.

Para a Akatu os funcionários são um importante veículo de comunicação e podem tornar-se grandes aliados para o desenvolvimento de uma comunicação mais crível e diferenciada da empresa junto aos demais *stakeholders* da empresa. Visto que podem comunicar com credibilidade as práticas da empresa onde trabalham confirmando ou não às ações da organização.

O Instituto Akatu relata que é fundamental que as organizações envolvam e mobilizem seus consumidores e demais *stakeholders*, na discussão sobre Sustentabilidade e a Responsabilidade Social e Ambiental empresarial. Para fomentar essa discussão as empresas contam com os agentes da sociedade como as ONGs, por exemplo, para aproximar-se de seu consumidor e sensibilizá-lo ao consumo consciente contribuindo assim para um mundo mais sustentável.

A pesquisa demonstra que ainda que o consumidor não saiba como cobrar atitudes socialmente responsáveis por parte das empresas, e tão pouco premiar atitudes positivas e punir as negativas, este demonstra interesse pelas ações socioambientais das organizações.

Relata a pesquisa que há um engajamento maior entre os formadores de opinião, o que demonstra o quadro tende a mudar e após um período de amadurecimento dos debates sobre sustentabilidade o consumidor estará mais preparado para atuar como veículo motivador de políticas socioambientais por parte das organizações.

Diante disso, empresas que não desenvolverem sólidas políticas que atendam fins socioambientais tendem a perder espaço para seus concorrentes podendo até mesmo deixar de existir em alguns mercados.

## **CAPÍTULO 5 – PRIMEIRAS PRÁTICAS SOCIAIS DO BRADESCO**

A organização Bradesco vem mostrando ao longo de sua trajetória, preocupação com a educação, o meio ambiente e o desenvolvimento do país, mesmo quando ainda não se falava em conceitos como Desenvolvimento Sustentável.

Segundo o presidente do Conselho de Administração do Banco Bradesco, Senhor Lázaro de Mello Brandão, em carta aos acionistas, o fato de parte expressiva de a população brasileira experimentar dificuldades para ter acesso a serviços e produtos bancários, bem como as questões trazidas pela sociedade em torno de compromissos socioambientais, tem impulsionado a Organização Bradesco a incorporar novas práticas de gestão à estratégia comercial e aos negócios, com foco em três grandes pilares: Finanças Sustentáveis, Gestão Responsável e Investimentos Socioambientais.

Desde sua fundação em 1943, a Organização Bradesco é comprometida com o desenvolvimento do Brasil. A criação em 1956, do primeiro núcleo daquilo que depois viria a se tornar a Fundação Bradesco refletia o direcionamento da empresa para temas como educação, desenvolvimento das pessoas, inclusão bancária e promoção a cidadania.

Através da Fundação Bradesco, o Banco desenvolve suas primeiras práticas socioambientais, oferecendo cursos profissionalizantes que permitiam o acesso aos jovens carentes ao mercado de trabalho.

Os cursos oferecidos pela Fundação Bradesco também possuíam engajamento ambiental, a partir da década de 1970 a Fundação passou a associar pedagogia ao ensino prático nas regiões onde estava instalada, através de disciplinas a educação ambiental. Em 1973 a unidade de Canuanã, já oferecia cursos de biofertilizantes, aproveitamento de energia solar e preservação do meio ambiente.

A unidade de Canuanã possuía ainda um pomar que hoje tem cerca de cinco mil árvores frutíferas. Nessa unidade foi instalada uma estação de tratamento de esgoto que foi a primeira do estado.

Em 1974 através da Fundação Bradesco o Banco cria a Pecplan (Pecuária Planejada), um departamento especializado em genética e reprodução animal, com cursos que ingressavam rapidamente os alunos no mercado de trabalho.

## **CAPÍTULO 6 - FUNDAÇÃO BRADESCO**

As primeiras práticas sociais realizadas pelo Banco Bradesco se dão com a criação do núcleo que mais tarde se tornaria o maior projeto de investimento social privado do país, a Fundação Bradesco, devido ao seu importante aspecto social e considerável serviço prestado a população dedicaremos um capítulo completo a essa instituição.

Criada em 1956 pelo fundador do Banco Bradesco o Sr. Amador Aguiar com a colaboração do diretor-gerente da época o Sr. Laudo Natel.

A princípio o que hoje é a Fundação Bradesco tinha o nome de “Fundação de São Paulo de Piratininga”, o Sr. Aguiar acreditava que a Fundação deveria mostrar que o Bradesco estava crescendo sem ignorar as dificuldades da comunidade e deveria promover assistência social a menores, principalmente aos órfãos e filhos dos funcionários.

### **6.1. Marcos Históricos**

A primeira Fundação foi em Osasco, destinada a população que residia nos entornos da matriz do Bradesco, inaugurada em 29 de junho de 1962, possuía 289 alunos que cursavam o ensino primário.

A seguir veremos os principais acontecimentos que marcam a história da Fundação Bradesco:

1966 – Fundação da banda da instituição, que era formada por alunos e funcionários do Bradesco;

1967 – Alteração do nome para Fundação Bradesco;

1968 – Criação do Centro Educacional que tinha por objetivo acompanhar as escolas;

1970 – Depois de visitar o interior do Estado do Pará, que era uma das regiões mais pobres que o Sr. Aguiar havia visitado, ele resolveu abrir uma unidade nessa região. A escola foi inaugurada no ano seguinte, mais tarde a escola foi ampliada e quatro anos depois tinha a capacidade de atender 620 alunos;

1972 – O grupo escolar Assis Chateaubriand passa a oferecer ensino técnico voltado para a profissionalização dos alunos, sendo pioneiro no curso de programação de computadores, também oferecia curso de Assistente de Administração de Empresas e Turismo, contava ainda com o curso de datilografia;

1973 – Inauguração a escola Canuanã no Estado de Goiás, com capacidade de atender 1000 alunos a unidade oferecia alimentação, apoio médico, odontológico e ambulatorial. Oferecia cursos sobre o uso de biofertilizantes, aproveitamento de energia solar, filosofia de desenvolvimento regional e preservação do meio-ambiente;

1974 – Tem início as atividades da Pecplan (Pecuária Planejada), departamento da Fundação Bradesco especializado em genética e reprodução animal, oferecia cursos com turmas de quinze alunos que rapidamente eram inseridos no mercado de trabalho;

1980 – A Fundação Bradesco passa a contar com uma estrutura de 14 escolas que atendiam a 13.080 alunos.

1994 – Inaugurada a unidade de Marília com uma extensão de 19.071,17m<sup>2</sup> de área e 4.927m<sup>2</sup> de área construída. Hoje a unidade de Marília atende alunos desde o Ensino Fundamental ao Ensino Médio Técnico, oferece ainda Telecursos, cursos de informática para a comunidade e cursos nas áreas de Gestão Organizacional, Imagem Pessoal, Moda, Lazer e Desenvolvimento.

2006 – Implantação do projeto Educa+Ação, que tem por objetivo oferecer condições para que as crianças aprendam a ler e escrever até os oito anos de idade. Tem como meio de ação a união com o ensino público municipal.

## 6.2. Ensino Profissionalizante

Constantemente temos observado na mídia em geral matérias informando que no Brasil faltam profissionais qualificados de conhecimentos técnicos, como a falta é grande em algumas áreas técnicas oferecem salários maiores ou mais atrativos que em áreas que exigem ensino superior. Em mercado altamente competitivo o ensino técnico profissionalizante é primordial para que as empresas brasileiras possuam mão-de-obra qualificada para concorrer com a inserção de empresas estrangeiras no mercado nacional, e inclusive para ingressar em mercados internacionais também.

Para a população a oportunidade de acesso ao ensino técnico permite uma das maiores contribuições que uma organização pode oferecer a comunidade que é a **mobilidade social**, com educação de qualidade e capacitação profissional os alunos podem ingressar no mercado de trabalho preenchendo vagas que não lhe seriam atribuídas se não fosse a sua qualificação.

Ao ocupar vagas no mercado de trabalho, muitas nas maiores empresas da região o jovem dará início a uma carreira que ao longo dos anos permitirá que este ascenda de uma classe social a outra.

Alguns profissionais das agências do Banco Bradesco de Marília-SP são exemplo dos frutos do trabalho da Fundação. Anualmente o Banco contrata os alunos concluintes do Ensino Médio Técnico que atingirem as três primeiras colocações em relação aos demais alunos, essa contratação dá condições financeiras para que pessoas carentes possam custear um curso superior, dentro do Banco esses profissionais chegam a cargos elevados dentro da organização como, por exemplo, gerente geral, o que comumente tem ocorrido.

Os cursos oferecidos pela Fundação Bradesco são:

- Noções Básicas de Gestão e Administração;
- Introdução a Administração Financeira;
- Matemática Financeira;
- Introdução ao Marketing;
- Vendas;
- Marketing de Serviços;
- Introdução a Administração de Recursos Humanos;
- Auxiliar de Cabeleireiro;
- Manicure e Pedicure;
- Consertos de Eletrodomésticos;
- Confecção de Móveis em Bambu;
- Princípios Básicos de Cozinha, Bolo e Confeitaria;
- Recepcionista de Hotel;
- Introdução à Microinformática;
- Informática para Portadores de Deficiência Visual.

### **6.3 Educação de Jovens e Adultos**

Um dos programas de maior destaque da Fundação Bradesco é o da Educação de Jovens e Adultos, sendo oferecido desde 1985, escolarização a jovens e adultos que não freqüentaram a escola em idade adequada. Dessa iniciativa surgiu em parceria com a

Fundação Roberto Marinho o “Novo Telecurso 2º Grau”, que atualmente denomina-se “Novo Telecurso”.

O curso de alfabetização atende principalmente pais de alunos que não concluíram as primeiras séries do ensino fundamental.

Os cursos de Ensino Fundamental e Ensino Médio são ministrados via Teleducação em telessalas nas unidades da.

A iniciativa de escolarização para jovens e adultos demonstra a constante preocupação do Bradesco com as comunidades carentes e com a inclusão social daqueles que vivem às margens da sociedade. A inclusão bancária é um dos maiores objetivos da Organização, mas esta demonstra que deseja oferecer as comunidades onde está instalada muito mais que isso.

#### **6.4 Indicadores de Atendimento para a Educação**

Segundo o Relatório Social do Bradesco (2008) em seus 52 anos de atuação a Fundação Bradesco proporcionou ensino formal gratuito de qualidade a mais de 2,1 milhões de alunos.

Em 2008 foram superados 518 mil atendimentos nos diversos segmentos de atuação da Fundação Bradesco. O total de alunos matriculados na educação básica que compreende desde o ensino infantil ao ensino médio técnico profissionalizante.

Segundo o Relatório, a Fundação Bradesco atende todos os Estados brasileiros mais o Distrito Federal com um total de 40 escolas.

As escolas têm mantido um índice de aprovação de alunos de 96% (média dos últimos cinco anos). Os três primeiros alunos de cada turma concluintes do Ensino Médio participam do processo seletivo para trabalhar no Bradesco (mediante a vagas disponíveis). Isso corresponde a cerca de 280, de um total de quatro mil formados por ano.



A seguir veremos um comparativo do número de alunos atendidos por nível de ensino nos anos de 2007 e 2008.

Figura 1 – Alunos atendidos, por nível de ensino

	2007		2008	
	Número de Alunos	% sobre o total	Número de alunos	% sobre o total
Educação Básica	49.881	12,9	49.317	9,5
Educação de Jovens e Adultos	19.532	5,1	18.839	3,6
Formação Inicial e Continuada	40.381	10,5	42.624	8,2
<b>Subtotal</b>	<b>109.794</b>	<b>28,5</b>	<b>110.830</b>	<b>21,4</b>
Educação a Distância	275.030	71,5	407.830	78,6
<b>Total do Atendimento</b>	<b>384.824</b>	<b>100,00</b>	<b>518.660</b>	<b>100,00</b>

Fonte: [www.bradesco.com.br/rsa/](http://www.bradesco.com.br/rsa/)

Os números demonstram que a Fundação Bradesco através da utilização dos meios de comunicação tem podido atingir um número muito maior de alunos do que se estivesse limitada aos seus espaços físicos. Hoje pessoas nas mais longínquas comunidades, principalmente em comunidades carentes têm sido beneficiadas com as ações da Fundação Bradesco, com os seus Telecursos a Fundação tem levado não apenas ensino básico para essas comunidades, mas também tem formados profissionais que com o conhecimento adquirido podem ingressar no mercado formal de trabalho ou gerir os seus próprios negócios contribuindo com o desenvolvimento do indivíduo e da comunidade onde este está inserido.

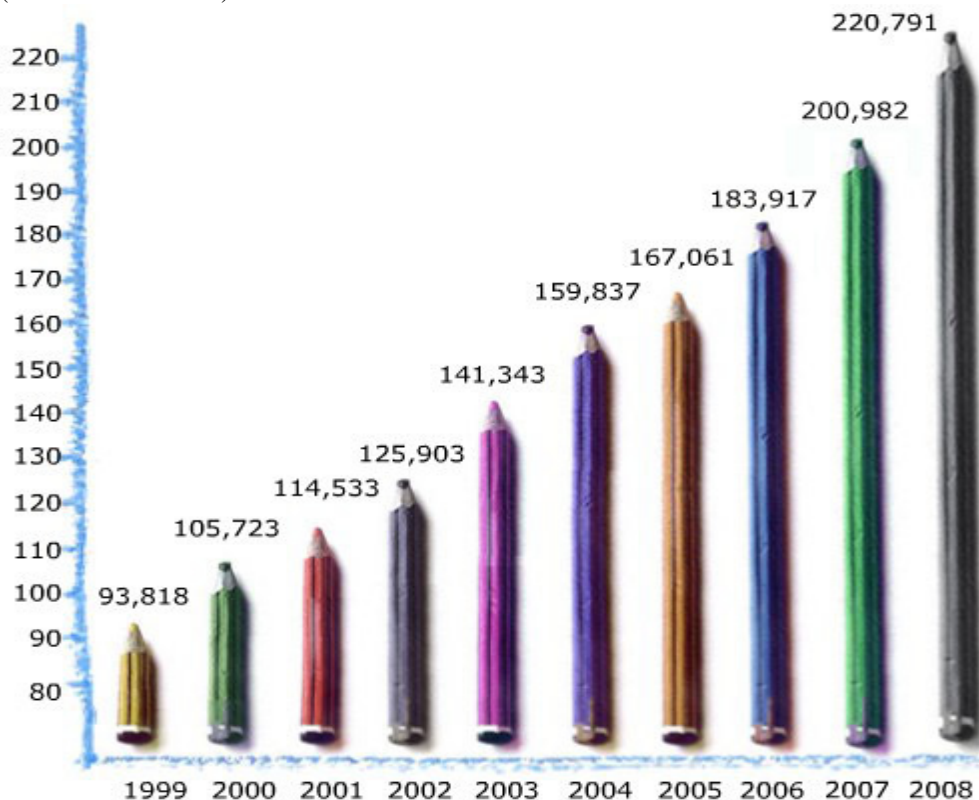
O Bradesco leva inclusão bancária às comunidades afastadas através do banco postal (verificado em item posterior) e leva inclusão social através de seu ensino a distância.

Ainda segundo o Relatório, a verba destinada às atividades da Fundação Bradesco no ano de 2008 somam um total de R\$ 220,791 milhões, e para 2009 foram estimados investimentos na ordem de R\$ 231,343 milhões.

Os investimentos realizados de 2005 a 2008 somam cerca de R\$ 772,8 milhões conforme verificado no gráfico abaixo:

Figura 2 – Recursos financeiros investidos

(em milhões de reais)



Fonte: [www.bradesco.com.br/rsa/](http://www.bradesco.com.br/rsa/)

## 6.5. Outras Iniciativas

A Fundação Bradesco oferece mais de 100 opções de cursos, nas mais diversas áreas, através desses cursos os participantes podem aplicar o que foi aprendido em seus próprios negócios.

Em parceria com a Fundação Roberto Marinho, a Fundação Bradesco mantém desde 1997 o Canal Futura, que atualmente alcança cerca de 33 milhões de telespectadores segundo dados do RSA Bradesco.

Na área tecnológica a Fundação Bradesco criou o “Development Laboratory” (D-Lab), uma parceria entre os alunos da “Massachusetts Institute of Technology” (MIT), alunos da

USP e da Fundação Bradesco atuam em conjunto na implantação de tecnologias na comunidade indígena dos Javaés, no Estado do Tocantins.

A Fundação também oferece cursos de informática para **deficientes visuais**, realizado há onze anos já atendeu mais de nove mil deficientes, segundo dados do RSA.

Através do portal *e-learning* Escola Virtual, a Fundação Bradesco disponibiliza 184 cursos à distância em tecnologia da informação e formação de professores. A Fundação mantém 103 Centros de Inclusão Digital (CIDs), permitindo aos moradores dos entornos de suas unidades acesso a tecnologias e inclusão digital.

Outro programa de destaque da Fundação Bradesco é o Programa Alfabetização Solidária, que desde 1998 oferece alfabetização para a população nordestina.

## **6.6. Dia Nacional de Ação Voluntária**

Uma vez por ano a o Banco Bradesco por meio da Fundação Bradesco promove o “Dia Nacional de Ação Voluntária”. Nesse dia a Fundação Bradesco abre as portas para a comunidade oferecendo uma série de serviços gratuitos, como: emissão de documentos, corte de cabelo, consultas odontológicas, medição de pressão, medição de diabetes, brincadeiras para as crianças, etc.

Paralelamente as atividades desenvolvidas nas unidades da Fundação, os funcionários da organização se organizam dias antes do evento para arrecadar alimentos, roupas, brinquedos, material de higiene, etc.

Os funcionários escolhem uma entidade assistencial que preste serviço a comunidade local e promovem a entrega daquilo que foi arrecadado, realizando uma visita a entidade e passando um dia no local com músicas e atividades para os assistidos.



Figura 3 – Funcionários da agência 0002-7 no Dia Nacional de Ação Voluntária 2009



Figura 4 – Café da tarde com música, Dia Nacional de Ação Voluntária 2009



Figura 5 – Momentos de lazer, Dia Nacional de Ação Voluntária 2008

## 6.7 Programa Educa+Ação

Teve início no ano de 2007, junto a Fundação Bradesco com a proposta de oferecer condições de um ensino, que todas as crianças aprendam a ler e escrever até os oito anos de idade. Com a iniciativa privada junto ao setor público municipal a fim de atingir um padrão educacional para as crianças brasileiras, ligado ao movimento “Compromisso Todos pela Educação”, tendo como uma das metas a alfabetização das crianças até os oito anos. Apoiado pela da União Nacional dos Dirigentes Municipais de Educação (Undime) e da União dos Dirigentes Municipais de Educação do Estado de São Paulo.

Entre oito cidades do Vale do Ribeira, no interior do estado de São Paulo, foram beneficiados aproximadamente 1.100 alunos, do ensino fundamental de 14 escolas municipais, em um projeto-piloto de dois anos.

O Banco aplicou a metodologia e o material pedagógico igualmente das 40 escolas da Fundação Bradesco.

No projeto Educa+Ação as escolas participantes contam com a supervisão pedagógica e avaliações semestrais, que são aplicadas por profissionais especializados da Fundação Bradesco.

Para acompanhar o desenvolvimento desta parceria existe um Centro Pedagógico, que realiza um monitoramento de auditoria externa. A fim de garantir a eficiência deste projeto, encontros durante o ano, com 65 professores, coordenadores pedagógicos e diretores das escolas envolvidas, foram realizados para treiná-los e capacitá-los, entre o período de 2007 e 2008 o resultado apresentado demonstrou-se positivo, pois 91% dos alunos do projeto sabiam ler e escrever.

O Bradesco tem o objetivo de ampliar este projeto para demais localidades do país, sendo através de suas agências e escolas da Fundação Bradesco.

As ações da Fundação Bradesco vão além dos limites físicos de suas unidades, e sendo um programa de referência educacional, a Fundação deseja compartilhar sua metodologia beneficiando o maior número de pessoas possível.

## CAPÍTULO 7 – OBJETIVOS DO MILÊNIO

Conforme apresentado no site VOLUNTÁRIOS BRADESCO (2009), os Objetivos do Milênio foram oito itens definidos e assinados por líderes de 191 países-membros das Nações Unidas, no ano de 2000, quando analisaram os maiores problemas sociais mundiais, concluindo para os “Objetivos de Desenvolvimento do Milênio” (ODM), com iniciativas para um mundo melhor, solidário, justo, sem desigualdades sociais, um prazo estabelecido até o ano de 2015. Para alcançar estes objetivos mundiais em comum, é necessário além do governo, empresas envolvidas, o Bradesco atua de maneira responsável tendo iniciativas que envolvem cada um dos objetivos impostos:



- Histórico de inclusão bancária, reforçado hoje no Banco Postal e o Bradesco Expresso.
- Doações sistemáticas para ONGs e instituições filantrópicas;
- Programas Adolescente Aprendiz e Jovem Cidadão;
- Projetos da Fundação Bradesco.



- Apoio ao Instituto Ayrton Senna;
- Combate ao trabalho infantil (requisito da norma SA8000);
- Doação de 1% do imposto a pagar para os Fundos de Defesa da criança e do Adolescente;
- Apoio, por meio da Fundação Bradesco, ao compromisso Todos Pela Educação;
- Projeto Educa+Ação;
- Investimentos na Fundação Bradesco.



- Criação do Grupo de Trabalho para a Valorização da Diversidade Racial;
- Investimento no programa Finasa Esportes.
- Aumento do número de mulheres em cargos de chefia na Organização.
- Adaptação da estrutura das agências para o acesso de pessoas com deficiência.



- Investimentos na Fundação Bradesco.
- Apoio ao Dia Nacional da Ação Voluntária da Fundação Bradesco.



- Oferecimento de planos de saúde aos funcionários.



- Doações para instituições, associações e hospitais.
- Título de capitalização cujos recursos apóiam o Instituto Brasileiro do Câncer.
- Participação ativa no Conselho Nacional de Prevenção ao HIV/AIDS (CEN).





- Certificação com base na norma de gestão ambiental ISO 14001;
- Programa de Ecoeficiência;
- Adesão aos Princípios do Equador e a critérios ambientais na concessão de créditos;
- Incentivo ao desenvolvimento de projetos MDL.
- Programa de neutralização das emissões de carbono.
- Produtos com foco ambiental: título de capitalização e cartão de crédito em parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica e Fundação Amazonas Sustentável.



- Programas de inclusão digital.
- Diálogos e parcerias com diversas ONGs no aperfeiçoamento da sustentabilidade e no desenvolvimento de produtos.
- Adoção do Pacto Global.

## **CAPÍTULO 8 - PRINCIPAIS CERTIFICAÇÕES**

### **8.1 Rating AAA+**

A agência Management & Excellence (M&E), que realiza auditorias em empresas, classificando-as conforme seus os critérios de sustentabilidade, governança corporativa e responsabilidade social empresarial, analisando mais de 400 pontos, fornecendo um relatório que classifica ratings AAA+ (o maior) e D (o menor), todo processo ocorre aproximadamente de dois a três meses.

Segundo a Intranet Corporativa, em 2007 a M&E analisou o Banco Bradesco elevando sua classificação de governança corporativa de AA- para AAA+, e alguns ratings AAA+ em responsabilidade social empresarial, sustentabilidade, ética e transparência, obtida em setembro de 2006. Sendo este processo útil para melhorar tanto o desempenho financeiro, reforçando a confiança dos investidores e auxiliando a construir uma imagem melhor da organização, também um benchmarking público entre as demais companhias concorrentes deste mesmo setor.

### **8.2 DJSI Dow Jones Sustainability Index**

Conforme apresentado na Intranet Corporativa o Dow Jones Sustainability Index (DJSI), da Bolsa de Nova York (NYSE), desde 1999, o primeiro índice global para realização de uma avaliação internacional do desempenho de Sustentabilidade Corporativa e Responsabilidade Socioambiental, a empresa avaliada é reconhecida pelo mercado de capitais mundial do conjunto de ações que constituem a gestão empresarial. O DJSI tem suas ações de assegurar a preservação do meio ambiente e promover o desenvolvimento.

O Banco Bradesco teve a primeira tentativa de ingresso no DJSI em 2006, sendo cumprida com sucesso, o processo de seleção e análise é rigoroso e abrangente, ao ser selecionado em 2007 passa a fazer parte do índice de empresas mundiais de capital aberto, atualmente foi selecionado para o período de 2009/2010, que reflete o comprometimento com a melhoria contínua dos indicadores de sustentabilidade, dando continuidade em promover o desenvolvimento sustentável.

### **8.3 ISE**

A Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) lançou em 1º de dezembro de 2005 o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), é considerado um dos principais indicadores do mercado de capitais brasileiro, onde demonstra atualmente o retorno das ações de 32 empresas que desempenham a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável.

O Banco Bradesco participa desde o lançamento do ISE, a seleção é de um processo rigoroso, o Banco foi selecionado nos três anos seguidos, fato que reforça o comprometimento com seus públicos e com a própria liquidez, gerando valores para seus acionistas, para continuar a promover um desenvolvimento sustentável com uma gestão responsável.

## **8.4 Certificações ISO (International Organization for Standardization)**

### **8.4.1 ISO 14001**

Esta norma criada pela ISO estabelece diretrizes básicas para o desenvolvimento de sistemas que gerenciam a questão ambiental dentro das empresas. O Banco Bradesco foi à primeira instituição financeira do país a receber esta certificação, com requisitos que definem o sistema de gestão ambiental, implementado no Prédio da Avenida Paulista no mês de maio de 2006.

### **8.4.2 ISO 14064**

A norma criada pela ISO (International Organization for Standardization), traduzida no Brasil pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) para NBR ISO 14064 no ano de 2007, tratando-se das questões climáticas. Esta norma é composta de três partes:

- ABNT NBR ISO 14064-1: 2007 – Especificação e orientação a organizações para a quantificação e elaboração de relatórios de emissões e remoções de gases de efeito estufa;

- ABNT NBR ISO 14064-2: 2007 – Especificação e orientação a projetos para quantificação, monitoramento e elaboração de relatórios das reduções de emissões ou da melhoria das remoções de gases de efeito estufa;
- ABNT NBR ISO 14064-3: 2007 – Especificação e orientação para validação e verificação de declarações relativas a gases de efeito estufa.

Segundo a Intranet Corporativa, o Banco Bradesco vem promovendo ações para a adequação às exigências desta norma para obter a certificação desde o ano de 2006, quando foi lançada internacionalmente pela ISO, sendo seu primeiro Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) realizado na Cidade de Deus, com a parceria de seus associados, calculando a quantidade necessária de árvores a serem plantadas para compensar as emissões de GEE, assim foram plantadas no mesmo ano aproximadamente 38 mil mudas de árvores nativas, com a parceria da Fundação Mata Atlântica. No ano seguinte o escopo deste inventário foi estendido para toda Organização Bradesco, para o Banco a certificação é referente à Parte 1: NBR ISO 14064-1: 2007 que detalha princípios e requisitos para desenvolver, gerenciar e relatar inventários de GEE, em organizações ou empresas. Inclui exigências para determinar os limites de fontes de emissão de GEE, quantificando emissões e remoções de GEE de uma organização e identificando ações específicas ou atividades de empresas que tenham como objetivo aperfeiçoar a gestão dos GEE.

## **8.5 SA8000**

Norma global criada pelo SAI (Social Accountability International), com a finalidade de garantir os direitos dos trabalhadores, atuando na área de responsabilidade social da empresas, para obter a certificação é necessário cumprir os nove requisitos baseados nas Convenções da Organização Internacional do Trabalho, Declaração Universal dos Direitos Humanos e nas Convenções das Nações Unidas sobre os Direitos das Crianças.

Os nove requisitos estabelecidos são:

- Não permitir o trabalho infantil;

- Não permitir o trabalho forçado;
- Assegurar a saúde e a segurança ocupacional;
- Assegurar a liberdade de associação sindical conforme a legislação e estimular as formas de negociação coletiva;
- Condenar quaisquer formas de discriminação;
- Proibir práticas disciplinares que utilizem quaisquer formas de punição, coerção física ou psicológicas, incentivando o respeito entre as pessoas;
- Atender todos os requisitos legais e convencionais aplicáveis ao horário de trabalho;
- Atender todos os requisitos legais e convencionais aplicáveis à remuneração;
- Garantir a implantação e manutenção de um sistema de gestão.

Para atender estes requisitos o Banco no primeiro semestre de 2007, assumiu o compromisso de aperfeiçoar o gerenciamento dos recursos humanos que atuam nas áreas de negócio da Organização ligadas no prédio da Av. Paulista nº 1.450, em São Paulo, capital, e, no Departamento de Recursos Humanos na matriz na Cidade de Deus, em Osasco-SP, com prática na responsabilidade social, com a finalidade de obter a qualidade das relações e do ambiente de trabalho, sendo o primeiro entre as instituições financeiras a obter a certificação SA8000.

## **8.6 OHSAS 18001**

A norma OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Assessment Series) aborda as questões de segurança e saúde no trabalho, estabelecida para garantir o compromisso das empresas de reduzir os riscos de acidentes no trabalho, com o foco numa melhoria contínua no desempenho nos requisitos da saúde ocupacional e segurança de seus colaboradores. Em 2006 o Bradesco obteve esta certificação, então limitada ao prédio de São Paulo, no ano seguinte concedida também ao prédio da Rua Itapeva, atendendo inclusive aos requisitos da Norma OSHAS 18001:2007.

## **CAPÍTULO 9 - PROGRAMAS DE SUSTENTABILIDADE**

Em harmonia com a “Política Corporativa de Responsabilidade Socioambiental” que em seu item 5.2 sessão c diz: “A Organização Bradesco envidará esforços para a preservação dos ecossistemas e para a otimização do uso dos recursos, primordialmente os não renováveis”, o Bradesco vem desenvolvendo algumas ações como as a seguir citadas.

### **9.1 Programa de Neutralização de Carbono**

É um conjunto de medidas para avaliar e compensar a emissão de gases de efeito estufa (GEE) decorrentes das operações de empresas ou hábitos diários das pessoas, buscando maneiras de diminuir a emissão destes gases e compensar os impactos que causam ao meio ambiente.

No ano de 2006 o Banco Bradesco foi o primeiro banco brasileiro a lançar um programa para medir suas emissões diretas de gás carbônico (CO<sub>2</sub>), para então compensá-las. Na Cidade de Deus, sede do Banco em Osasco-SP, realizou um cálculo que o resultado de emissão de CO<sub>2</sub> foi de 22,3 mil toneladas por ano, compensando com o plantio de 38 mil árvores ao longo de 2007.

“A proposta, no médio prazo, é que toda cadeia de negócios do Bradesco – clientes, fornecedores e outras áreas de relacionamento – participe desse esforço de neutralização”, afirma o diretor-presidente do Banco, Márcio Cypriano.

O programa tem a finalidade também de disseminar a consciência ambiental entre todos os seus stakeholders, tornando-se uma referência para que as demais empresas a sigam para conter as mudanças climáticas.

### **9.2 Utilização de Produtos Ecologicamente Corretos**

Os produtos ecologicamente corretos são os que causam menos impactos negativos ao meio ambiente em comparação com os convencionais, para sua produção utilizam-se

menos recursos naturais, evitando o consumo excessivo, sendo assim diminuem a quantidade de recursos naturais extraídos, estes que são escassos.

O Banco busca utilizar materiais adequados para evitar o consumo excessivo de matérias-primas, para confecção de talões de cheques, formulários, sacos plásticos biodegradáveis para a coleta de lixo, cartuchos remanufaturados. Para contribuir com a reciclagem, o banco controla o descarte de papéis, plásticos, vidros, metais e lâmpadas entre outros, na maioria das agências faz a coleta de lâmpadas.

## **CAPÍTULO 10 – GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE**

Para enfatizar o foco em sustentabilidade e olhar com permanente atenção as tendências do mercado, foi constituída no Bradesco uma área de responsabilidade socioambiental, ligada diretamente a Diretoria de Relações com o Mercado, atuando fortemente no monitoramento de ações e na conscientização dos funcionários.

Acima da área de Responsabilidade Socioambiental, tem-se o Comitê Executivo de Responsabilidade Socioambiental, composto por dez diretores executivos e pelos responsáveis pelas áreas de Auditoria Fiscal, Controle operacional, Gestão de Risco e Compliance, Inspeção Geral, Marketing, Organização e Métodos, Patrimônio, Recursos Humanos, Relações com o Mercado e Secretaria Geral, além dos responsáveis pela Fundação Bradesco. O comitê reúne-se ordinariamente a cada trimestre, podendo ser convocado a qualquer momento.

Todas as ações de sustentabilidade são monitoradas pelo comitê, que por sua vez, submete os pontos pertinentes à alta Direção. No dia-a-dia o Comitê acompanha todas as iniciativas, com a área de Responsabilidade Socioambiental.

### **10.1 Banco Do Planeta**

Para fortalecer o posicionamento estratégico da em sustentabilidade, foi criado, em 2007 o Banco do Planeta, com a finalidade de reunir todas as ações socioambientais da Organização Bradesco. Assim sob o lema INFORMAR, CONSCIENTIZAR E INVESTIR, os esforços dos gestores de sustentabilidade foram direcionados para:

- Finanças Sustentáveis, com foco em facilitar o acesso da população aos produtos e serviços financeiros, ampliar a oferta de crédito de forma responsável e manter uma carteira de produtos e serviços que levem em conta critérios socioambientais.

A inclusão bancária, particularmente, é um tema que está presente nas ações da organização, segundo a política da empresas quanto mais pessoas tiverem acesso aos sistemas bancários, maiores as possibilidades de desenvolvimento da economia.



- Gestão Responsável, com ênfase na valorização e no desenvolvimento dos funcionários, na melhoria do ambiente de trabalho e na preservação e conservação do meio ambiente.

- Investimentos Socioambientais, com o direcionamento de apoiar o desenvolvimento humano no que tange a educação, meio ambiente, cultura e esporte.

Além disso, para apoiar o movimento da sociedade, a favor da sustentabilidade, foi criada a Comunidade Banco do Planeta – [www.bancodoplaneta.com.br](http://www.bancodoplaneta.com.br), um portal que já reúne mais de 12 mil pessoas, com cerca de 110 mil acessos/mês, segundo o Google Analytics, que trocam informações sobre temas ligados a sustentabilidade. Trata-se de um espaço virtual no qual todos podem interagir e manifestar suas opiniões, trocando experiências em benefício da sociedade, do meio ambiente e da promoção da cidadania.

## **10.2 Conscientização no Dia-a-dia**

Para disseminação e colocação em prática das estratégias, a organização tem buscado fomentar um trabalho intenso de conscientização e mobilização, com forte foco no público interno.

Há treinamentos direcionados a todas as áreas, englobando conceitos ligados à sustentabilidade, e treinamentos específicos, como por exemplo, Ética, Finanças Sustentáveis, Normas SA8000 e ISO14001, Língua Brasileiras de Sinais (Libras) etc. Os treinamentos podem ser presenciais ou à distância (treinamentos pela Intranet, Internet, cartilhas ou vídeotreinamentos). Participam dos cursos funcionários de todos os escalões, desde lideranças até os cargos operacionais.

Uma grande ação de sensibilização e disseminação da cultura de sustentabilidade, em 2008, foi o “Desafio do Planeta”, uma competição educativa de perguntas e respostas, no estilo “quiz” da qual participaram mais de 87% dos funcionários ativos (ou seja, sem considerar funcionários em férias ou em licença no período).

Para qualquer funcionário que quisesse participar do Desafio, era necessário conhecer conceitos e práticas ligadas à sustentabilidade. Com intuito de apoiar os participantes, foram disponibilizados alguns materiais de suporte: *Relatório de Sustentabilidade* do Bradesco, versão elaborada especificamente para os funcionários; curso de Sustentabilidade, no formato *e-learning*; e Cartilhas com temas variados (água,

desmatamento, reciclagem, Amazônia etc.). No final de Novembro do mesmo ano, os finalistas foram reunidos em um evento na Cidade de Deus, em Osasco, para uma última disputa. Chegou-se, assim a cinco vencedores, contemplados com viagens para a Amazônia.

As ações de comunicação interna também constituem um ponto de disseminação das premissas e das iniciativas em prol da sustentabilidade. As divulgações ocorrem através de mensagens eletrônicas, do informativo *Sempre em Dia*, da Intranet, da revista interna *Interação*, de cartilhas temáticas e de programas da TV Bradesco, e levam em conta sugestões dos funcionários.

### **10.3 Finanças Sustentáveis**

O Banco Bradesco entende que ser uma empresa sustentável vai além da preocupação com a preservação ambiental ou de apenas desenvolver atos sociais. Ser uma empresa social é também contribuir com o desenvolvimento humano, o que é feito pela organização através de sua estratégia de estar onde o cliente esta, levando acesso bancário a todos os brasileiros indistintamente. A organização acredita na força daquilo que chama de “inclusão bancária”, ou seja, contribuir para que cada brasileiro, mesmo aqueles que residem nas regiões mais longínquas, possa ter acesso ao banco e aos produtos e serviços oferecidos por uma instituição financeira.

Um caso real da força da inclusão bancaria ocorreu na cidade amazonense de Autazes, onde residem aproximadamente 25 mil habitantes. Nesta cidade o Bradesco inaugurou uma agência, que por sinal era a única agencia bancaria da cidade, foi então instituído o uso do cartão. Para mostrar os benefícios do cartão a agencia elaborou uma cartilha com linguagem acessível demonstrando como o cartão poderia ser um aliado dos correntistas e o comercio local recebeu maquinas para receber pagamentos via cartão. O resultado foi que a economia local cresceu, pois antes os habitantes deslocavam-se em uma viagem de 26 horas até Manaus para poder receber seus pagamentos e benefícios e acabavam gastando parte do dinheiro em outras localidades.

## **10.4 Inclusão Bancária**

A Organização Bradesco sempre praticou a política de “portas abertas”, o que tem por finalidade permitir a todos sem discriminação o acesso ao sistema financeiro e aos produtos e serviços bancários de forma democrática.

Para isso conta com uma ampla rede de atendimento espalhada por todo o país, através de pontos próprios ou com parcerias como o Banco Postal e o Bradesco expresso sobre os quais iremos falar mais adiante. Hoje o Bradesco está presente em municípios onde a única forma que aposentados tinham para receber seu benefício do INSS era enfrentando horas de viagem em balsas e barcas.

A inclusão bancária pode inclusive começar bem cedo, pois desde outubro de 2008 a organização criou a Click Conta Bradesco desenvolvida para jovens de 12 a 17 anos, a click conta é uma conta corrente que contribui com a educação financeira do jovem através de orientações, simulações, cartão de debito com serviço de mesada programada, fidelizar e acompanhar esse cliente faz parte da estratégia do banco.

### **10.4.1 Rede de Atendimento**

Segundo o Relatório de Informações ao investidor, a rede de atendimento Bradesco é composta de 10.561 pontos de atendimento próprios e 27.622 pontos de atendimento em terceiros (sendo 1.313 pontos sobrepostos entre a rede própria e a rede 24 horas). Presente em quase todos os municípios brasileiros, inclusive em muitas comunidades onde até pouco tempo não existia nenhum ponto de atendimento bancário.

Além da rede de agências tradicional, a organização conta com o Banco Postal (em parceria com os correios) com 5.946 Agências instaladas até 2008.

Há, ainda, o Bradesco expresso que é uma parceria do Bradesco com lojas, farmácias, supermercados, etc. São mais de 16 mil pontos espalhados pelo país atendendo milhões de pessoas, com cerca de 20 milhões de transações mensalmente.

Através dos dados observados verificamos que a empresa esta alinhada com sua política de estar onde o cliente esta e com seu compromisso de inclusão bancária. Comunidades afastadas tem se beneficiado da expansão do Bradesco que tem permitido aos

moradores dessas localidades além de serviços bancários, acesso a linhas de crédito que contribuem para o aumento de um pequeno negócio, aquisição ou reforma de casa própria, a compra ou troca de automóvel e a realização de tantos outros sonhos.

Estar presente em comunidades afastadas é permitir que essas comunidades cresçam e se desenvolvam, isso demonstra o compromisso da organização com cada brasileiro, esteja ele onde estiver.

### **10.5 Acessibilidade de Clientes e Demais Usuários**

No Bradesco foram desenvolvidas diversas ações com objetivo de facilitar o acesso de clientes e usuários. As novas instalações já são adaptadas de forma a permitir a acessibilidade e as instalações antigas têm sido reformadas para se adequarem a necessidade de clientes deficientes. Segundo o seu “Relatório Anual de Sustentabilidade 2008” , dentre as adaptações realizadas estão:

- Maquinas de auto-atendimento adequado ao uso por cadeirantes e deficientes visuais;
- Pisos podotáveis;
- Rampas de acesso;
- Sanitários adaptados para cadeirantes;
- Vagas de estacionamento destinadas a deficientes;
- Funcionários treinados em Língua Brasileira de Sinais (Libras).

Ainda segundo o relatório a organização vem desenvolvendo iniciativas específicas na área de serviços, por exemplo, o lançamento do extrato em braile, iniciativa pioneira no País, outra facilidade é o extrato em formato ampliado a fim de atender clientes com deficiência visual parcial.

O Banco ainda oferece aos clientes deficientes visuais o *software* Virtual Vision, que permite a esses clientes acesso a conta via internet através de um programa que transmite as informações via áudio.

Já aos clientes deficientes auditivos é oferecida uma central de atendimento exclusiva, com um aparelho telefônico especial que transmite as informações através de um visor.

## **10.6 Princípios do Equador**

Os “Princípios do Equador” são uma série de diretrizes estabelecidas pela Internacional Finance Corporation (IFC), seguimento financeiro do Banco Mundial. Esses princípios visam garantir que os projetos que sejam financiados pelas instituições signatárias sejam desenvolvidos de forma socialmente responsável e reflitam as práticas de gestão ambiental.

Segundo o IFC (2003) às diretrizes adotadas oferecem benefícios significativos para as instituições participantes, para os clientes e para as outras partes envolvidas. Espera-se que esses princípios sirvam como base e como um padrão comum para a implementação dos projetos e padrões do IFC que se destinam a questões sociais e ambientais para as atividades de financiamento de projetos em todos os ramos de forma global.

O Banco Bradesco aderiu ao Princípio do Equador em setembro de 2004 (RS2008), em sintonia com esses princípios a Organização Bradesco somente concede empréstimos aos projetos que atendam os Padrões de Desempenho Socioambientais e às Diretrizes EHS (saúde, segurança, e meio ambiente) estabelecidos pela IFC.

Em 2008, os projetos avaliados sob ótica dos Princípios do Equador eram dos setores: sucroalcooleiro (produção, moagem e cogeração de energia), hidrelétrico, transmissão de energia, saneamento e mineração.

Verificamos que as políticas socioambientais do Banco Bradesco vão além de suas atividades diretas, mas também visa que os projetos financiados pela instituição também atendam a diretrizes socioambientais, pois se tratam de ações indiretas da organização.

## **10.7 Linhas de Crédito Socioambientais**

O Banco Bradesco mantém linhas de crédito socioambientais que são destinadas a públicos específicos. Essas linhas de crédito têm por característica o financiamento de atividades que contribuam direta ou indiretamente com o meio-ambiente ou ainda financiamentos que tem parte de seu retorno revertido em recursos para desenvolvimento de atividades socioambientais, dentre eles podemos destacar:

- Leasing Ambiental- Arrendamento mercantil com condições diferenciadas, destinado à aquisição de bens que contribuam com a preservação do meio-ambiente;
- Capital de Giro Ambiental – linha de crédito destinada a clientes pessoa jurídica cuja a atividade esteja relacionada ao desenvolvimento social e à preservação ambiental;
- Eco financiamento – Modalidade de crédito onde em parceria com a Fundação Floresta do Futuro”, em todo financiamento de veículo nas modalidades CDC e Leasing.
- Crédito consignado – Empréstimo com desconto direto na folha de pagamento com taxas especiais, concedidos à funcionários de empresas privadas com representatividade sindical.

### 10.7.1 Microcrédito

Segundo o relatório social do Banco Bradesco, a organização possui uma carteira que totaliza R\$ 21,8 milhões em uma modalidade de crédito chamada “microcrédito”, essa modalidade visa atender pessoas de baixa renda e microempreendedores. Dessa forma o Bradesco facilita o acesso ao crédito a uma classe que encontra dificuldade de acesso a produtos financeiros, essa é uma forma de reafirmar a política de democratização do sistema financeiro.

Ainda segundo o relatório, para facilitar o acesso ao crédito para as classes C e D, que segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE), representam, atualmente, 26% da população do País, o Banco Bradesco tem firmado parcerias com redes de lojas de varejo, como por exemplo, as Casas Bahia. O relatório demonstra que em 2008 o montante destinado a linhas de crédito resultantes dessas parcerias foi de R\$ 2 bilhões.

Ainda no seguimento popular o Bradesco disponibiliza os cartões de crédito *private label*. Esse cartão é resultado da parceria com as redes de lojas de varejo que atuam na venda de eletrodomésticos, farmácia, gêneros alimentícios, entre outros, com isso os clientes podem realizar compras parceladas dentro e fora das lojas parceiras.

### **10.7.2 Convênio João de Barro**

O convênio João de Barro é uma parceria do Bradesco com a Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção (Anamac), essa parceria oferece uma linha de crédito específica para financiar compra de materiais de construção, segundo seu relatório social de 2008 o Bradesco oferece de forma simples, sem burocracia, sendo esta uma linha de crédito de forte apelo social por ter um longo prazo de pagamento, podendo chegar a 48 meses e taxa reduzida o financiamento é de no mínimo R\$ 500,00 e o máximo é definido conforme a capacidade de pagamento do cliente, através desse produto financeiro a organização permite que famílias de baixa renda tenham acesso ao “sonho da casa própria”.

### **10.8 SOS Mata Atlântica**

Segundo informado na Intranet Corporativa o Banco Bradesco mantém parceria proteção de um dos mais ricos, diversos e ameaçados ecossistemas do planeta.

Diversas iniciativas foram criadas nestes anos de parceria como: o lançamento do Cartão de Afinidade SOS Mata Atlântica, do título de capitalização Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica e do EcoFinanciamento de Veículos, iniciado em 2007.

Com a venda destes produtos e serviços, parte é repassada à Fundação, que aplica em programas de conservação, educação ambiental e na restauração florestal, dentre outros. Nesta parceria do Bradesco junto ao projeto SOS Mata Atlântica, foi possível viabilizar recursos para o plantio de 26.434.535 mudas de árvores nativas em áreas da Mata Atlântica, que equivale à recuperação de 15.550 hectares. Estas árvores, quando adultas (20 anos), terão neutralizado aproximadamente 8 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub>. Somados os recursos provenientes da venda dos produtos relacionados à ONG, o total repassado à entidade desde 1989 atinge a cifra de R\$ 74 milhões.

### **10.9 Amazonas Sustentável**

A Fundação Amazonas Sustentável é uma iniciativa do Governo amazonense que em parceria com a iniciativa privada visa a preservação da Amazônia.

Inicialmente o Bradesco efetuou um aporte de R\$ 20 milhões e assumiu o compromisso de repassar mais R\$ 50 milhões nos próximos cinco anos, sendo R\$ 10 milhões

por ano. Os recursos repassados virão da comercialização de produtos com a marca Amazonas Sustentável, como títulos de capitalização e cartões de crédito.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho relata que a consciência social está enraizada na Organização Bradesco desde sua fundação, alguns autores ao falar sobre a Responsabilidade Social afirmam que estes conceitos devem fazer parte do “DNA” da empresa. Diante da afirmação compreendemos o motivo do Banco Bradesco ser referência em responsabilidade socioambiental. O seu fundador, Sr. Amador Aguiar preocupava-se com aqueles que para as instituições financeiras da década de 1940 não mereciam interesse.

O objetivo da organização no período de sua fundação era atender ao pequeno comerciante, ao trabalhador do campo e os imigrantes japoneses e italianos que no Brasil buscavam refúgio em consequência da 2ª Guerra Mundial, essas classes de pessoas não tinham acesso ao sistema financeiro, visto que os clientes que eram atendidos pelos bancos tratavam-se dos grandes proprietários de terra. Uma organização de “braços abertos” é a marca do Bradesco.

As ações do Banco Bradesco visam atender a todos aqueles que se relacionam com a organização, direta ou indiretamente, e como Empresa consciente busca aperfeiçoar suas ações promovendo diálogos com seu público interessado, dessa forma busca compreender suas necessidades, para que suas ações sejam bem direcionadas.

Para a Organização, desenvolver políticas de gestão responsável garante o reconhecimento perante os seus *stakeholders* fortalecendo a marca Bradesco e despontando como empresa consciente que está alinhada as diretrizes internacionais de sustentabilidade.

Para a sociedade as ações do Bradesco ajudam a garantir que as gerações futuras terão acesso aos recursos que hoje existem, ainda para a sociedade o Bradesco oferece oportunidade às comunidades a terem acesso à educação de qualidade que é a alavancada para o desenvolvimento do País, através de programas de formação profissional o Bradesco oferece ao mercado funcionários qualificados que contribuem para o crescimento da economia.

Para os funcionários, o Bradesco oferece a oportunidade de trabalharem em uma empresa ética, que respeita a diversidade das pessoas permitindo a seus funcionários uma carreira promissora independente de sexo, raça, origem ou qualquer outra característica que possa gerar preconceito.

A sociedade em geral o Bradesco demonstra que é possível atuar visando o lucro sem deixar de lado as necessidades daqueles que contribuem para esse resultado. Respeito às pessoas indistintamente, essa é a marca do Banco Bradesco.

## REFERÊNCIAS

ABNT. **Associação Brasileira de Normas Técnicas.** Disponível em:  
<<http://www.abnt.org.br>. Acesso em 20 out. 2009.

BANCO BRADESCO RA. **Relatório Anual de Sustentabilidade 2008.** Disponível em:  
<[http://www.bradescorsa.com.br//HOTSITE\\_VIDEOS/RelatorioSustentabilidade/index.html](http://www.bradescorsa.com.br//HOTSITE_VIDEOS/RelatorioSustentabilidade/index.html).  
Acesso em 13 de abr. 2009.

BANCO BRADESCO RA. **Relatório Anual de Sustentabilidade.** Disponível em:  
<<http://www.cdclip.com.br/bradesco/relatório2009/>. Acesso em 25 jul. 2009.

COSTA, Ana Clara; KROEHN, Márcio. **As Melhores da Dinheiro.** Revista **Istoé Dinheiro**,  
São Paulo, ano 12, Ed. 619, p. 34-41, 2009.

**Documentos Oficiais. Intranet Corporativa.** Disponível em:  
<<http://www.net.bradesco.com.br/dependencia/>. Acessos em 07 ago e 19 set de 2009.

DUARTE, Gleuso D.; DIAS, José M.. **Responsabilidade social: A Empresa Hoje.** Rio de  
Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1986, p. 41

EDUCA+AÇÃO. **Institucional Fundação Bradesco.** Disponível em:  
<<http://www.fb.org.br/Institucional/ProjetosEducativos/EducamaisAcao/>. Acesso em 04  
nov. 2009.

FRANCO, Augusto. **Capital Social e Desenvolvimento Local.** Brasília, 2001, p. 58.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade Social das Empresas — Percepção do  
Consumidor Brasileiro.** Disponível em:  
<[http://www.uniethos.org.br/\\_Uniethos/Documents/Sumario\\_RSE\\_2006\\_2007\\_Ethos\\_Akatu.pdf](http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/Sumario_RSE_2006_2007_Ethos_Akatu.pdf)>. Acesso em 13 de abr. 2009.

INSTITUTO ETHOS. **Crêterios Essenciais de Responsabilidade Social Empresarial e seus mecanismos de Introdu o no Brasil.** Disponível em: <[http://www.uniethos.org.br/\\_Uniethos/Documents/criterios\\_essenciais\\_web.pdf](http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/criterios_essenciais_web.pdf)>. Acesso em 13 de abr. 2009.

LOUETTE, Anne. *Compêndio Para Sustentabilidade: ferramentas de gestão de Responsabilidade Socioambiental.* São Paulo: AntaKarana, 2007.

OBJETIVOS DO MILÊNIO. **Voluntários Bradesco.** Disponível em <http://www.voluntariosbradesco.com.br/site/pagina.php?idconteudo=520>. Acesso em 02 nov. 2009. Acesso em 04 nov. 2009.

PHILIPPI Jr, Arlindo, CAFFÉ ALVES, Ala r. **Curso interdisciplinar de direito ambiental.** São Paulo: Manole, 2005, p. 141.)

SILVA JR, Ivaldo Soares. **Revista de Direito Ambiental, ano 13, Ed. 50.** São Paulo, p. 106-107. 2008.

THE “EQUADOR PRINCIPLES”: Disponível em: <http://www.equador-principles.com/principles.shtml>. Acesso em 08 de set. de 2009.

## ANEXO

### O Bradesco e seus públicos estratégicos

