

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: PERENIDADE NOS PROJETOS DE INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: PERENITY IN PROJECTS OF FINANCIAL INSTITUTIONS

Andressa Zani da Silva

Graduanda em Ciências Contábeis - Unochapecó

E-mail: andressazani@unochapeco.edu.br

Sady Mazzioni

Doutor em Ciências Contábeis e Administração

E-mail: sady@unochapeco.edu.br

Recebido: 11/02/2016 – Aprovado: 21/04/2016. Processo de Avaliação: Double Blind Review

RESUMO

A partir de uma postura de maior exigência dos consumidores e da sociedade em geral, as empresas passaram a adotar determinadas práticas de responsabilidade social. As instituições financeiras também passaram a receber cobranças pelos investidores, governo e clientes, incorporando práticas de gestão que visem manter uma boa imagem social. Esta pesquisa pretende abordar a RSC nas instituições financeiras que estão presentes no grupo Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). O objetivo é analisar a perenidade no desenvolvimento de projetos de responsabilidade social corporativa em instituições financeiras integrantes do ISE. A pesquisa se classifica como exploratória quanto aos objetivos, documental quanto aos procedimentos e de abordagem qualitativa quanto ao problema. A amostra é composta pelas quatro instituições presentes no Índice de Responsabilidade Empresarial (ISE) durante os anos de 2011 a 2015. Na comparação de valores investidos, nota-se que todos os bancos possuem um valor expressivo destinado aos projetos de responsabilidade social, isso demonstra como o segmento financeiro é engajado com a sociedade em geral e com o meio ambiente. Os resultados indicam que os projetos de responsabilidade social das instituições financeiras são perenes e que os maiores investimentos sociais são no segmento de educação e cultura.

Palavras-chaves: Responsabilidade social. Instituições financeiras. Relatório anual.

ABSTRACT

Starting from a posture of greater demand of the consumers and the society in general, the companies began to adopt certain practices of social responsibility. Financial institutions also began to receive collections from investors, government and clients, incorporating management practices aimed at maintaining a good social image. This research intends to approach CSR in the financial institutions that are present in the Corporate Sustainability Index (ISE) group. The objective is to analyze the continuity in the development of projects of corporate social responsibility in financial institutions that are part of ISE. The research is classified as exploratory regarding the objectives, documentary about the procedures and qualitative approach regarding the problem. The sample is composed of the four institutions present in the Corporate Responsibility Index (ISE) during the years 2011 to 2015. In the comparison of amounts invested, it is noted that all banks have an expressive value for social responsibility projects, this demonstrates as the financial segment is engaged with society in general and with the environment. The results indicate that social responsibility projects of financial institutions are perennial and that the greatest social investments are in the education and culture segment.

Keywords: Social responsibility. Financial Institution. Annual report.

1 INTRODUÇÃO

As mudanças e os avanços que ocorrem na sociedade causam impactos na política, na economia e no cenário ambiental. O meio empresarial é fortemente afetado por tais eventos, sentindo a necessidade de continuamente aprimorar seus processos, a fim de justificar sua atuação e de atender às demandas das partes relacionadas.

Dias e Siqueira (2006) constatam que, por muitos anos, diversas organizações apenas se preocupavam com a obtenção de lucros cada vez maiores, usufruindo da sociedade na qual estavam inseridas tudo o que fosse necessário para o alcance deste objetivo, deixando, frequentemente, nada ou quase nada em troca.

Historicamente, a visão empresarial esteve voltada para a maximização de receitas e redução de custos, buscando o lucro máximo. Recentemente, a partir do maior escrutínio social, as empresas passaram a adotar práticas socioambientais que refletem na qualidade de vida para a sociedade (LIMA, 2009).

Com o aumento da competição no mercado e com consumidores mais exigentes e conscientes, as organizações estão buscando elementos que as diferenciem de seus concorrentes, já que estes podem se tornar vantagens competitivas (MACHADO et al., 2011). Nesse contexto, a prática da responsabilidade social se torna uma alternativa das empresas como ferramenta estratégica e de melhorias de processos. A responsabilidade social corporativa está relacionada com as ações das empresas frente a uma conjuntura política, financeira, econômica e socioambiental (CRISÓSTOMO; FREIRE; SOARES, 2012).

As ações de responsabilidade social corporativa (RSC) estão relacionadas ao marketing, sustentabilidade e filantropia. Elas refletem a maneira como as empresas se preocupam com o bem-estar de seus funcionários e da sociedade, por meio da criação de práticas e projetos de melhorias sociais.

Estudar o segmento bancário é importante, dado seu poder econômico, seu potencial de investimentos, sua capilaridade e, muito especialmente, por ser um setor que pode ser definidor e multiplicador de práticas sociais bem-sucedidas (GUIMARÃES FILHO; GOMES, 2010). Estas características do setor bancário, aliadas a seu baixo potencial de impacto ambiental, permitem que as empresas desse setor tenham mais flexibilidade para a realização de ações sociais que lhes concedem maior visibilidade, comparativamente a outros setores (CRISÓSTOMO; FREIRE; SOARES, 2012).

Como agentes propulsores do desenvolvimento, os bancos são pressionados por investidores, governos e consumidores de seus produtos e serviços a manter uma imagem condizente com as aspirações da sociedade contemporânea (CONCEIÇÃO, 2010).

Muitos são os incentivos existentes para a divulgação da responsabilidade social, a exemplo de prêmios e selos concedidos pelos Estados e órgãos não governamentais, para empresas que demonstram qualidade e transparência em suas ações sociais, principalmente por meio da divulgação de balanço ambiental e social (MACHADO et al., 2009)

Além dos consumidores, o mercado financeiro também passou a valorizar o conceito de empresa socialmente responsável. Exemplo disso foi a criação, no ano de 2005, pela BM&FBOVESPA e outras entidades, do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), indicador composto de ações emitidas por empresas que apresentam alto grau de comprometimento com sustentabilidade e responsabilidade social. O ISE é uma ferramenta para análise comparativa da *performance* das empresas listadas na bolsa de valores sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa (BM&FBOVESPA, 2012).

Esta pesquisa pretende abordar a RSC nas instituições financeiras que estão presentes no grupo Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). Diante do exposto, pretende-se responder a seguinte questão de pesquisa: Qual a perenidade no desenvolvimento de projetos de responsabilidade social corporativa em instituições financeiras integrantes do ISE? O objetivo é analisar a perenidade no desenvolvimento de projetos de responsabilidade social corporativa em instituições financeiras integrantes do ISE.

A justificativa do artigo reside no crescimento do interesse no tema proposto, no meio acadêmico e empresarial, havendo aumento no número de empresas que estão adotando medidas de responsabilidade social corporativa e desenvolvendo projetos para melhoria da sociedade. As instituições financeiras também apresentam estruturados projetos de responsabilidade social. No entanto, o discurso elaborado pelas instituições busca convencer a sociedade de que seus projetos/programas de responsabilidade social não possuem vínculos com suas estratégias organizacionais (BENEDICTO et al., 2014).

Justifica-se o estudo, também, em face da necessidade de avaliar o desenvolvimento dos projetos citados nos relatórios anuais de sustentabilidade das instituições financeiras a fim de mostrar à sociedade até que ponto a inclusão de responsabilidade social corporativa é realmente seguida pelas instituições que adotam este conceito de gestão.

Além desta introdução, o estudo estrutura-se em mais cinco seções. A segunda seção apresenta o aporte teórico a respeito da evidenciação voluntária e responsabilidade social corporativa, juntamente com os estudos correlatos. Na terceira sessão apresenta-se a metodologia da pesquisa. Na quarta seção são abordados resultados e análise dos dados. Por fim, conclusões do artigo são apresentadas na última seção.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão da literatura apresenta os conceitos que sustentam o assunto pesquisado e serve de base para análise dos dados coletados. A subseção da evidenciação voluntária enfatiza que apesar de algumas informações não possuírem obrigatoriedade na divulgação, são importantes para melhorar a reputação das empresas. A subseção que trata da responsabilidade social corporativa apresenta aspectos conceituais que a definem como uma tentativa das empresas em melhorar a sociedade por meio de ações e projetos. E, finalmente, a subseção de estudos correlatos apresenta resultados já obtidos em investigações de natureza similar.

2.1 EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA

Dentre os fatores que contribuem para uma propagação menos intensa dos relatórios sociais, está a não obrigatoriedade em relação à legislação nacional, aliada à cultura das organizações de somente publicar o que é compulsório e a ausência de um conjunto padronizado de indicadores, dificultando a comparabilidade entre as entidades divulgadoras (MAZZIONI; DOMENICO; ZANIN, 2010).

Uma empresa opta pela divulgação de uma informação que não é obrigatória para melhorar sua reputação perante a sociedade, por princípios éticos e de transparência. As informações sociais divulgadas de maneira não obrigatória ganham espaço à medida que o investidor tem a oportunidade de obter mais informações sobre a empresa (LUCA; MOURA; NASCIMENTO, 2012).

Na contabilidade, há uma forma de divulgação voluntária denominada Teoria de Divulgação, que é um importante campo de estudo nas últimas décadas, que possui como objetivo verificar como são divulgadas as informações nas organizações. Segundo Verrecchia (2001), a Teoria da Divulgação pode ser dividida em três segmentos: divulgação baseada na associação,

divulgação baseada em julgamento e divulgação baseada na eficiência. Este artigo segue a linha da divulgação baseado em julgamento, em que o mercado de capitais é considerado o único consumidor representativo das informações divulgadas pelas empresas e procura verificar os motivos que levam os gestores ou empresas a divulgar determinadas informações. Para Dye (2001, p. 184), a Teoria da Divulgação Voluntária possui como premissa central que “qualquer entidade que esteja cogitando a divulgação irá divulgar informação favorável para a entidade e não irá divulgar informação desfavorável à entidade”.

Diversos países utilizam modelos próprios de relatórios de divulgação, cujos conteúdos, embora não sejam conflitantes, muitas vezes enfatizam determinados aspectos em detrimento de outros, havendo, por exemplo, nações que priorizam os aspectos ambientais, enquanto outras destacam as relações de trabalho e projetos voltados para as comunidades. No Brasil, as empresas utilizam em maior proporção o modelo de balanço social do Instituto de Análises Sociais e Econômicas - IBASE (LUCA; MOURA; NASCIMENTO, 2012).

Mazzioni, Tinoco e Oliveira (2007) ressaltam que o balanço social é utilizado pela contabilidade no intuito de fornecer aos seus usuários informações mais úteis, fidedignas e equitativas, de natureza social, que revelam a responsabilidade das organizações perante a sociedade e permitem avaliar os efeitos das atividades empresariais sobre o meio ambiente onde atuam.

Soares et al. (2009) observam que o balanço social não é obrigatório no Brasil, mas é vital para qualquer instituição que queira se firmar num mundo competitivo dos negócios, por se tratar de um instrumento ético e responsável, além de agregar valor ao divulgar a marca da empresa juntamente com esses conceitos.

2.2 RESPONSABILIDADE CORPORATIVA

Com o passar dos anos, o conceito de responsabilidade social corporativa foi notavelmente revisado e aumentado, talvez para vincular a atividade da empresa com o emergente conceito de desenvolvimento sustentável e humano, e deste ponto de vista trata de conseguir estabelecer uma maior harmonia da empresa com o restante do mundo (ATONDO, 2004).

A responsabilidade social corporativa (RSC) torna-se indispensável para os negócios das empresas. A discussão dessa prática é uma tentativa de restabelecer uma tradição de dois mil

anos atrás, quando os negócios já estavam intimamente relacionados à comunidade (PANWAR et al., 2006).

A responsabilidade social corporativa é um compromisso da empresa, assumido voluntariamente em virtude da decisão de contribuir para uma sociedade melhor, um meio ambiente mais limpo, satisfazendo as expectativas econômicas, sociais e ambientais das distintas partes interessadas (XAVIER, 2011).

O Instituto Ethos (2007, p. 1) define RSC como:

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 estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

A Responsabilidade social corporativa (RSC) é entendida como um instrumento útil para a geração de ganhos no longo prazo, que se justifica pelas exigências e pelas pressões que os diversos públicos de relacionamento vêm fazendo sobre as empresas, para que distribuam melhor seus ganhos (ANDRADE; GOSLING; JORDÃO, 2010).

Além do lucro, recentemente outras questões passaram a integrar os objetivos empresariais, como a satisfação dos clientes, os cuidados com o meio ambiente, o respeito pelos padrões éticos, à observação dos direitos trabalhistas e o bem-estar social (MAZZIONI; DOMENICO; ZANIN, 2010).

Carvalho et al. (2010) argumentam que as organizações sustentáveis conseguem traçar estratégias que maximizam os dividendos de seus *stakeholders*, contribuindo não só para a melhoria do bem-estar do planeta e da sociedade, mas também para o seu próprio negócio. Um dos mais importantes alvos de uma organização é o atendimento de seus clientes, portanto, é necessário compreender como os consumidores visualizam as empresas com práticas de RSC para assim alcançar o sucesso empresarial.

Uma das vertentes da responsabilidade social das empresas refere-se às ações que visam promover o bem-estar dos *stakeholders* internos e externos, por meio de práticas socioambientais voltadas para as partes interessadas que investem capital no negócio (CALIXTO, 2013).

Carvalho e Medeiros (2013) realizaram levantamento junto às empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), constatando que a razão para as empresas desenvolverem

práticas de responsabilidade social é instrumental, de caráter estratégico, e não de valores pessoais.

Ometto et al. (2015) argumenta que, independente da motivação individual para adoção das práticas de responsabilidade social, tem-se aqui o pressuposto de que os valores, as habilidades e as características dos indivíduos (consumidores, trabalhadores, gestores, consultores, entre outros) influenciam sua adoção e implementação.

2.3 ESTUDOS CORRELATOS

Pesquisas anteriores contribuem com a temática estudada, a exemplo de Andrade, Gosling e Lima (2011), Dal Magro et al. (2012), Crisóstomo, Freire e Soares (2012), Benedicto et al. (2013), Bordin e Pasqualotto (2013), Garrido, Cunha e Cavalcante (2014), Almeida e Santos (2014), Di Domenico et al. (2015), Di Domenico et al. (2016).

Andrade, Gosling e Lima (2011) confrontaram o discurso oficial de dois grandes bancos brasileiros que fazem uso intensivo do discurso socialmente responsável com suas práticas. A pesquisa foi de natureza exploratória e qualitativa, cujos resultados sugerem que os bancos mantêm com seus clientes e empregados uma relação unilateral e não de equidade e responsabilidade social, como sugerem seus sites.

Dal Magro et al. (2012) analisaram o nível de investimentos em responsabilidade social por meio dos indicadores divulgados no balanço social das empresas listadas na BMF&BOVESPA. Os procedimentos de investigação caracterizaram-se como análise documental, já que foram utilizadas de técnicas de pesquisa deste tipo de análise. Foram coletados e analisados os dados a partir do balanço social publicado no ano de 2010 pelas empresas em seus respectivos sítios eletrônicos. Os resultados apontam que as empresas vêm divulgando mais informações sociais e ambientais com o passar dos anos, e que há uma tendência na prestação de mais informações nos relatórios anuais nos últimos anos.

Crisóstomo, Freire e Soares (2012) analisaram a responsabilidade social corporativa nas empresas do setor bancário no Brasil, comparada às empresas de outros ramos de atividade econômica. A metodologia constitui-se em realizar testes de comparação de médias entre empresas não financeiras e bancos. O setor bancário apresenta índices superiores ao de outros setores. Esta realidade foi verificada para a Responsabilidade social corporativa (RSC) total e para as vertentes de ação social interna e externa. No entanto, o quadro inverteu-se ao se analisar a ação social ambiental na qual os outros setores mostraram-se mais fortes.

A pesquisa de Benedicto et al. (2013) verificou como a responsabilidade social é estruturada com a estratégia organizacional em algumas instituições bancárias brasileiras, públicas e privadas. De uma forma mais específica, buscou compreender: (i) quais são os projetos/programas de responsabilidade social desenvolvidos; (ii) como são avaliados esses projetos/programas após a sua implementação; (iii) como os projetos/programas se articulam com as estratégias organizacionais; (iv) quais os benefícios gerados por esses projetos/programas. O estudo foi caracterizado como qualitativo e os dados foram coletados por meio de análise documental e entrevistas em cada instituição. O estudo concluiu que existem projetos e programas de responsabilidade social empresarial bem estruturados e eficientes, envolvendo as áreas da cultura, saúde, educação, meio ambiente e sustentabilidade. Bordin e Pasqualotto (2013) apresentaram em seu estudo uma reflexão sobre o tema responsabilidade social, possibilitando o entendimento de como estes conceitos vêm sendo difundidos no meio empresarial, dada a importância do assunto, tão discutido na atualidade. O estudo é de cunho descritivo e os procedimentos técnicos para sua realização consideraram a pesquisa bibliográfica. Este estudo possibilitou a compreensão do papel das organizações na busca pelo desenvolvimento sustentável e a importância da participação do segundo setor neste processo de mudança de consciência social da atualidade.

Garrido, Cunha e Cavalcante (2014) visaram compreender o papel da confiança na relação entre a Responsabilidade social corporativa (RSC) e o valor de marca (VM). O objetivo principal foi ampliar a compreensão da relação entre RSC e valor de marca por meio do entendimento da forma de influência exercida pela confiança do consumidor na empresa sobre a relação. Foram utilizados três modelos para análise: (i) a RSC impacta diretamente o valor da marca e a confiança; (ii) a confiança atua como medidor completo na relação RSC-VM; e, (iii) o impacto da RSC sobre o VM ocorre diretamente e indiretamente por meio da confiança. As hipóteses suportadas indicam que as práticas de RSC contribuem para o aumento da confiança dos clientes na instituição e esta, por sua vez, impacta positivamente o valor de marca. Os dados evidenciaram que os respondentes/clientes creditam elevada importância para ações de RSC e dentre as diferentes categorias de ações valorizam mais aquelas ligadas à educação, à saúde e ao meio ambiente. Entretanto, os dados também evidenciaram que as ações da instituição pesquisada não estavam prioritariamente ligadas a essas áreas, o banco investe mais em ações ligadas ao esporte e à cultura.

Almeida, Santos (2014) verificaram o nível de divulgação voluntária de informações de responsabilidade social das empresas listadas na BM&FBOVESPA. O estudo é do tipo

descritivo e a população foi composta pelas empresas brasileiras de capital aberto listadas na BMF&BOVESPA, com informações de 2008 a 2012. Dada a sua não obrigatoriedade de publicação do relatório de responsabilidade social corporativa, muitas empresas deixaram de publicá-los, fazendo-o apenas no segundo semestre do ano seguinte. Os itens mais divulgados pelas empresas são sobre o uso de energia e água, emissões atmosféricas e geração e/ou gestão de resíduos.

A pesquisa de Di Domenico et al. (2015) identificou as práticas de ações de responsabilidade social corporativa das sociedades anônimas de capital aberto de Santa Catarina listadas na BMF&BOVESPA. Quanto aos procedimentos metodológicos o estudo caracterizou-se como exploratório quanto aos objetivos, documental em relação aos procedimentos e à abordagem do problema foi predominantemente qualitativo. As empresas que fizeram parte da amostra foram: BRF S.A., BUETTNER S.A., CASAN, KARSTEN S.A e WEG S.A. Foram várias as práticas de responsabilidade social e ambiental evidenciadas, mas se pode identificar que todas têm como objetivo divulgar a empresa, além do objetivo principal da ação realizada. Os destaques principais das práticas foram as ações e cuidados para o consumo consciente da água e energia, usando fontes que não fossem prejudiciais ao meio ambiente. Outra ação em destaque é o cuidado com a destinação dos resíduos sólidos e líquidos, gerados nos processos operacionais das empresas. A preocupação com a poluição da atmosfera também foi evidente, por ser um dos principais problemas ambientais na atualidade.

Di Domenico et al. (2015) identificaram os determinantes do nível de disclosure nos relatórios de sustentabilidade em conformidade com o Global Reporting Initiative (GRI) nas empresas listadas na BMF&BOVESPA. A pesquisa é de cunho descritivo, de natureza documental e com abordagem quantitativa. A população compreendeu 523 empresas listadas na BMF&BOVESPA e a amostra foi composta de 71 empresas que divulgaram o relatório de sustentabilidade no modelo GRI. Os resultados apontaram que o setor de utilidade pública apresentou maior nível de evidenciação nos relatórios de sustentabilidade em conformidade com o modelo GRI. Os determinantes para o nível de evidenciação foram a riqueza gerada, margem líquida, retorno sobre o patrimônio líquido e o retorno sobre o ativo.

Os resultados dos estudos anteriores revelaram que os consumidores avaliam os investimentos em responsabilidade social corporativa como importantes para as instituições financeiras e que essas ações possuem impactos positivos na imagem das mesmas. As pesquisas contribuem também para verificar que os investimentos realizados por instituições financeiras em sua maioria são voltados à educação, à cultura e ao esporte.

3 METODOLOGIA

Quanto aos objetivos, a pesquisa se caracteriza como exploratória. Raupp e Beuren (2004) argumentam que o estudo exploratório é utilizado quando se tem o objetivo de conhecer o assunto com mais profundidade, para torná-lo mais claro ou construir questões importantes à condução da pesquisa.

Quanto aos procedimentos de investigação, o estudo compreende uma pesquisa documental, com dados coletados em materiais publicados nos relatórios das instituições (relatório de administração, balanço social, relatório de sustentabilidade, GRI) e sites das instituições financeiras, analisando-se o histórico evolutivo dos projetos de responsabilidade social. A elaboração dos estudos e pesquisas documentais utilizam materiais que não necessitam, ou não são acompanhados de análises, ao contrário, podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa (RAUPP; BEUREN, 2004).

Quanto à abordagem, a pesquisa configura-se como qualitativa, por analisar com mais profundidade os dados e os relatórios das empresas pesquisadas. A pesquisa qualitativa descreve a complexidade de determinado problema, analisa a interação de certas variáveis, compreende e classifica processos dinâmicos vividos por grupos sociais (RAUPP; BEUREN, 2004).

A população do estudo compreende as instituições financeiras listadas na BMF&BOVESPA. A amostra é composta pelas instituições financeiras integrantes do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e que fizeram publicações dos relatórios de sustentabilidade entre os anos de 2011 a 2015.

Quadro 1 – Instituições financeiras integrantes do Índice de Sustentabilidade Empresarial

ANO 2011	ANO 2012	ANO 2013	ANO 2014	ANO 2015
Bic Banco	Bic Banco	Bic Banco	Bic Banco	---
Bradesco	Bradesco	Bradesco	Bradesco	Bradesco
Banco do Brasil				
Itaú S/A				
Itaú Unibanco				
Santander	Santander	Santander	Santander	Santander

Fonte: Dados da pesquisa.

A instituição financeira Bic Banco teve seu capital fechado na data de 28/10/2015 e deixou de integrar o grupo de empresas pertencentes no ISE, sendo assim, exclui-se a mesma da

pesquisa. A partir do levantamento dos relatórios divulgados pelas instituições financeiras presentes na carteira ISE de 2011 a 2015, buscou-se analisar as informações com base no formato do balanço social desenvolvido pelo instituto IBASE. Foram selecionados três dos seis grupos de indicadores disponíveis no balanço social, pois as informações contidas nos grupos selecionados têm ligação direta com o objetivo proposto para este artigo. Já os três itens constantes nos indicadores sociais, excluídos do Quadro 2, relatam questões de corpo funcional (número de admissões, estagiários, mulheres, entre outras informações que não são relevantes para este estudo), indicadores sociais internos e aspectos referentes ao número de acidentes de trabalhos, responsabilidade dos padrões de segurança e de salubridade existente.

Quadro 2 – Indicadores Balanço Social

Grupo	Informações
1- Base de cálculo	Informações financeiras: lucro líquido.
3 – Indicadores sociais externos	Investimentos voluntários da empresa para a sociedade em geral: projetos e iniciativas nas áreas de educação, cultura, saúde e saneamento, esporte, combate à fome e segurança alimentar, pagamentos de tributos e outros.
4 – Indicadores ambientais	Investimentos realizados para mitigar ou compensar seus impactos ambientais. Projetos de melhoria ambiental: inovação tecnológica, educação ambiental.

Fonte: IBASE (2014)

Para a coleta dos dados indicados no Quadro 2, foram utilizados os relatórios de sustentabilidade divulgados pelas instituições financeiras pertencentes no grupo ISE. Relatório de sustentabilidade tem sido a nomenclatura utilizada pelas empresas para designar a evidenciação no campo social e ambiental, além do econômico.

A pesquisa analisou os projetos de responsabilidade social corporativa, analisando as áreas de atuação, as ações realizadas e os recursos financeiros investidos. Em seguida, avaliou-se a perenidade dos projetos nas instituições financeiras, considerando a continuidade dos projetos no decorrer do período analisado.

Adicionalmente, realizou-se uma comparação do investimento nas práticas socioambientais com o lucro líquido anual, para identificar a intensidade de investimentos financeiros em tais ações.

A pesquisa se deu de forma predominantemente qualitativa, estabelecendo-se categorias conforme a técnica de análise de conteúdo, buscando avaliar a intencionalidade na manutenção de tais práticas. O período para coleta dos dados aconteceu entre os meses de julho a outubro de 2016.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste tópico são contemplados os principais resultados resgatados a partir dos dados coletados nas instituições financeiras, visando verificar a existência de projetos sociais externos e ambientais. Na sequência, foi realizada a análise da perenidade dos projetos e os valores investidos durante os anos de 2011 a 2015.

4.1 BANCO DO BRASIL

O Banco do Brasil é disseminador de projetos de responsabilidade social, em sua política social a transparência é uma premissa fundamental para atrair seus *stakeholders*. O Banco do Brasil divulga seu relatório anual seguindo as diretrizes contidas no modelo da *Global Report Initiative* (GRI).

O compromisso com o desenvolvimento social está alinhado com as políticas de Estado, as demandas e expectativas das comunidades e de outros *stakeholders* do Banco e com as diretrizes de negócio estabelecidas pela alta gestão. Os programas contribuem de forma efetiva para a geração de renda e para o desenvolvimento do país em bases sustentáveis. A contribuição busca agregar valor à imagem do Banco, diversificar os negócios, fidelizar clientes e aumentar a satisfação dos funcionários (BANCO DO BRASIL, 2015).

No Quadro 3 foram selecionados os principais programas de responsabilidade social, externos e ambientais divulgados nos relatórios anuais, a seleção dos programas se deu por meio do destaque recebido durante o período analisado.

Quadro 3- Projetos de responsabilidade social

Projeto	Segmento	Ano de Criação
Centro cultural Branco do Brasil	Cultura	1989
Programa voluntariado BB	Social	2001
Fundo da infância e adolescência FIA	Direito da criança e adolescente	2003
Fundação BB – FBB	Social	1990
AABB comunidade	Educação e cultura	1997
Doações de computadores	Tecnologia e educação	2004
Água Brasil	Meio ambiente	2010

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme demonstrado no Quadro 3, o Banco do Brasil possui programas sociais em diversos segmentos, a exemplo da cultura, educação e meio ambiente. O principal destaque é para a Fundação Banco do Brasil (FBB) criada em 1990, realiza diversos programas na área social, como educação e cultura. A FBB está presente em 531 municípios brasileiros, possui cerca de

570 projetos e que já beneficiou direta e indiretamente cerca de 220 mil pessoas. Todos os programas criados pelo Banco do Brasil possuem como data de fundação mais de cinco anos, o que transmite credibilidade nos projetos existentes e nas políticas de responsabilidade social.

Na Tabela 1 é possível visualizar os valores investidos em cada um dos projetos externos. Os valores estão divulgados nos relatórios de sustentabilidade e em sítios eletrônicos dos projetos e do próprio banco.

Tabela 1- Indicadores sociais externos – Valores em milhões

Projetos	2011	2012	2013	2014	2015
Centro Cultural Branco do Brasil	50,70	41,00	0,00	0,00	43,30
Programa Voluntariado BB	9,60	9,90	3,30	6,51	6,90
Fundação BB – FBB	168,43	223,90	136,20	254,90	145,80
AABB comunidade	30,00	0,00	0,00	16,10	15,80
Doações de computadores	0,0	1,33	2,69	1,45	0,636

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme dados da pesquisa, os maiores investimentos externos estão na Fundação Banco do Brasil (FBB), que recebe em média R\$ 100.000 milhões em recursos anuais. Estes valores são distribuídos em diversos projetos existentes e apoiados. No ano de 2011 a 2015, houve mais investimento para os seguimentos culturais e sociais, que são representados pelos projetos: Centro Cultural Banco do Brasil e FBB.

Na análise do período correspondente aos anos de 2011 a 2015, ano após ano, é possível verificar que não houve divulgações monetárias de alguns programas, porém, todos se mantiveram constantes e continuam no quadro de programas investidos pelo Banco do Brasil. Na Tabela 2 são apresentados os projetos voltados ao meio ambiente e o valor de aporte anual.

Tabela 2 - Indicadores ambientais - Valores em milhões

Projetos	2011	2012	2013	2014	2015
Água Brasil	8,00	4,50	7,68	6,00	4,00

Fonte: Dados da pesquisa.

O Banco do Brasil possui um projeto que recebe destaque no segmento ambiental, denominado Água Brasil, que recebeu investimento durante todo o período da análise. O mesmo busca a preservação de águas e rios Brasileiros, além disso, dissemina ações sustentáveis, desenvolve modelos de negócios. O mesmo recebeu investimento durante todo o período da análise.

Na Tabela 3 é realizada a comparação do valor total investido nos projetos sociais externos e ambientais selecionados na amostra, comparando com o lucro líquido anual.

Tabela 3 - Valor investido comparado ao lucro líquido

Banco do Brasil	Lucro líquido – R\$ bi	Investimento total – R\$ mi	Investimentos x LL
2011	12.736.912	266.734	2,09%
2012	11.351.694	280.631	2,47%
2013	11.288.834	149.882	1,33%
2014	13.343.496	284.963	2,14%
2015	15.798.039	216.436	1,37%

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao realizar análise de forma isolada, nota-se que o valor investido em responsabilidade social é expressivo, pois são milhões de reais distribuídos para melhorias da sociedade. Porém, ao realizar a comparação dos valores presentes na amostra com o lucro líquido anual do Banco do Brasil, o percentual de investimento é pouco expressivo, chegando a, no máximo, 2,47% no ano de 2012.

4.2 BANCO BRADESCO

Os investimentos socioambientais realizados pelo Bradesco são divididos em três tipos: investimento social privado, patrocínios e doações. Para fins de análise da perenidade nos projetos, foram selecionados os programas sociais privados. O Bradesco elabora seu Relatório anual com base nas diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Em seu relatório anual o Bradesco declara que possui compromisso com os princípios que norteiam a sustentabilidade empresarial, como a conduta ética e transparente em todas as atividades, a eficácia do processo de gerenciamento de riscos, além da adoção de ações que consideram os impactos das atividades da organização e contribuam para o desenvolvimento do negócio e da sociedade (BRADESCO, 2015).

No Quadro 4 foram selecionados todos os programas sociais que receberam investimento privado nos períodos de 2011 a 2015.

Quadro 4- Projetos de responsabilidade social

Projeto	Segmento	Ano De Criação
Fundação Bradesco	Educação	1956
Bradesco Esporte	Esporte	1991
Educa+Ação	Educação	2007
Projeto integração empresa escola- PEB	Educação e esporte	2004
Fundação Amazonas Sustentável	Meio ambiente	2007
Fundação SOS Mata Atlântica	Meio ambiente	1986
Projeto Tamar	Meio ambiente	1980

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme demonstrado no quadro 3, o Banco Bradesco possui investimentos em diversos segmentos. Seu programa com maior tempo de existência é a Fundação Bradesco, que foi criado em 1956, conta com três mil funcionários e está sediada na Cidade de Deus em Osasco- SP, a instituição mantém 40 escolas próprias, marcando presença em todos os estados brasileiros e no Distrito Federal.

Na Tabela 4 são indicados os valores investidos nos projetos de responsabilidade social externos no decorrer dos cinco anos analisados.

Tabela 4 - Indicadores sociais externos – Valores em milhões

Projetos	2011	2012	2013	2014	2015
Fundação Bradesco	291,89	374,21	456,96	520,27	502,72
Bradesco Esporte	4,33	4,61	5,48	5,58	7,85
Educa+Ação	1,60	1,6	1,0	1,4	0,0
Projeto integração empresa escola- PEB	0,644	0,692	0,680	0,743	0,785

Fonte: Dados da pesquisa.

Os projetos externos se mantiveram constantes durante os períodos analisados. O Educa+Ação não recebeu divulgação monetária de investimentos no último ano, porém, continuaram sendo divulgadas as informações do projeto, que no ano de 2015 beneficiou cerca de 5.240 mil alunos. Dos projetos externos apresentados, os maiores investimentos estão na Fundação Bradesco que recebe a maior parcela dos recursos destinados aos programas sociais.

Na Tabela 5 são demonstrados os investimentos ambientais realizados pelo Bradesco.

Tabela 5 - Indicadores ambientais - Valores em milhões

Projetos	2011	2012	2013	2014	2015
Fundação Amazonas Sustentável	11,67	12,40	12,03	8,0	7,66
Fundação SOS Mata Atlântica	18,49	23,08	1,0	9,0	8,0
Projeto Tamar	3,41	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: Dados da pesquisa.

O Banco Bradesco destaca-se quanto ao investimento ambiental, já que possui o maior número de projetos criados nesse segmento. Durante o período analisado, apenas houve exclusão do Projeto Tamar, mas não foi divulgada o motivo da exclusão.

Na Tabela 6 são apresentados os valores de investimentos totais dos projetos de responsabilidade sociais externos e ambientais, comparando ao lucro líquido anual durante os cinco anos da amostra.

Tabela 6 - Valor investido comparado ao lucro líquido

Bradesco	Lucro líquido – R\$ bi	Investimento total – R\$ mi	Investimentos x LL
2011	11.089.442	332.034	2,99%
2012	11.351.694	416.592	3,67%
2013	12.486.138	477.150	3,82%
2014	15.416.478	544.993	3,54%
2015	18.237.905	527.015	2,89%

Fonte: Dados da pesquisa.

Os investimentos sociais do Banco Bradesco atingiram o valor máximo em 2014, quando foram destinados R\$ 544.993 milhões em projetos sociais externos e ambientais. Comparando-se com o lucro líquido anual, o maior percentual de investimento social é apresentado em 2013, quando atingiu 3,82%.

4.3 BANCO ITAÚ

O Banco Itaú durante o período de análise passou por mudanças em sua política de divulgação das demonstrações contábeis. No ano de 2011, com o formato de divulgação mais detalhista, foi possível coletar dados dos projetos e investimento que cada um dos mesmos recebeu, porém, a mesma sistemática não pode ser realizada nos anos posteriores, nos quais o Itaú apenas divulgou o montante geral aplicado em projetos de responsabilidade social.

Para o Itaú, os investimentos realizados na área social – principalmente aqueles voltados ao aprimoramento da educação, saúde, cultura, esporte e mobilidade urbana – estão vinculados ao propósito de transformar o mundo das pessoas para melhor (ITAÚ, 2015).

No Quadro 5 são destacados os projetos existentes e selecionados para fins de análise.

Quadro 5- Projetos de responsabilidade social

Projeto	Segmento	Ano De Criação
Fundação Itaú social	Educação	2000
Prêmio Itaú – Unicef	Social	1995
Jovens urbanos	Educação	2004
Instituto Unibanco	Educação	1982
Instituto Itaú cultural	Cultura	1987
Itaú criança	Criança	Não divulgado

Fonte: Dados da pesquisa.

O Banco Itaú possui projetos em diversos segmentos, seus principais pilares estão na educação e cultura. O projeto considerado principal pelo Banco Itaú é o Instituto Unibanco que recebe os maiores investimentos e sua fundação foi em 1982. O Instituto Itaú, juntamente com a Fundação Itaú, são os maiores destaques no tema responsabilidade social, pois atuam em diversas regiões do Brasil.

Na Tabela 7 são apresentados os valores investidos nos projetos de responsabilidade social durante os anos de 2011 a 2015.

Tabela 7 – Investimentos em projetos de responsabilidade social - Valores em milhões

Ano	Investimento	Projetos
2011	293,8	Fundação Itaú social; Itaú criança; instituto Unibanco; fundação Itaú cultural; Jovens Urbanos; prêmio Itaú Uniceff.
2012	197,5	Fundação Itaú social, Itaú criança, instituto Unibanco, fundação Itaú cultural, Jovens Urbanos, prêmio Itaú Uniceff.
2013	422,7	Fundação Itaú social, Itaú criança, instituto Unibanco, fundação Itaú cultural, Jovens Urbanos, prêmio Itaú Uniceff.
2014	485,2	Fundação Itaú social, Itaú criança, instituto Unibanco, fundação Itaú cultural, prêmio Itaú Uniceff.
2015	547,6	Fundação Itaú social, instituto Unibanco, fundação Itaú cultural.

Fonte: Dados da pesquisa.

O Banco Itaú possui duas fundações que são destaques em seus relatórios anuais: Fundação Itaú Social e Instituto Unibanco. Ambas são responsáveis por criar diversos projetos que apoiam educação, cultura, esporte. Estão presentes em diversos estados brasileiros e já beneficiaram milhares de pessoas.

Dentre os programas selecionados, a partir de 2014 o programa Jovens Urbanos deixa de estar presente no relatório anual e a partir de 2015 também o prêmio Itaú Uniceff não recebeu divulgação.

Na Tabela 7 são apresentados os valores de investimentos totais dos projetos de responsabilidades sociais externos e ambientais, comparando ao lucro líquido anual durante os cinco anos da amostra.

Tabela 8 - Valor investido comparado ao lucro líquido

Itaú	Lucro líquido – R\$ bi	Investimento total – R\$ mi	Investimentos x LL
2011	14.610.000	293.800	2,01%
2012	13.191.000	197.500	1,50%
2013	16.522.000	422.700	2,56%
2014	21.861.000	485.200	2,22%
2015	26.156.000	547.600	2,09%

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme demonstrado na tabela 8, o maior percentual de investimento social aconteceu em 2013, quando o percentual chegou a 2,56% e o menor investimento foi no ano de 2012 com o percentual de 1,50%. Porém, o mesmo não se reflete nos valores, sendo que o maior montante distribuído foi em 2015 e o menor em 2011.

4.4 BANCO SANTANDER

Para o Banco Santander, a sustentabilidade é vista como parte estratégica em seus negócios. Sendo assim, por meio de seu relatório anual, o Banco Santander define que sustentabilidade é um compromisso que visa resultados para os negócios e para a sociedade de forma simples, pessoal e justa e que é concretizado por meio de uma estratégia baseada em três pilares: inclusão social e financeira, educação, e gestão e negócios socioambientais (SANTANDER, 2015). O Banco Santander divulga seu relatório anual com base nas diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI).

No quadro 6 são apresentados os principais projetos externos e ambientais presentes no Banco Santander.

Quadro 6- Projetos de responsabilidade social

Projetos	Segmento	Ano de criação
Projeto Escola Brasil – PEB	Educação	1998
Amigo de valor	Direito da criança e adolescente	2002
Prêmio Santander Universidades	Educação	2005
Programa Exemplares	Idosos	1999
Instituto Santander Cultural	Cultura	2000
Programa Convivendo com Arte	Cultura	2012
Floresta Santander	Meio ambiente	2008
Corredor Ecológico	Meio ambiente	2007

Fonte: Dados da pesquisa.

O Santander possui o maior número de projetos em relação à amostra de bancos selecionada. Seus projetos são voltados à educação, à cultura, ao meio ambiente, além de projetos voltados ao bem-estar de idosos e crianças. Em 2015, o Grupo Santander foi considerado a empresa que mais investiu em educação no mundo, segundo o estudo Business Backs Education, realizado pela Fundação Varkey e pela Unesco.

Os programas voltados para educação são o Projeto Escola Brasil (PEB), destinado a um voluntariado corporativo criado em 1998 e que já apoiou centenas de escolas de educação básica das redes municipais e estaduais. Em 2015, contou com 442 ações realizadas e com 3.316 voluntários. O prêmio Santander universidades apoia projetos de extensão universitária que tenham como tema “Desenvolvimento sustentável com ênfase em geração de renda” e que sejam realizados por professores e alunos em parceria com a comunidade local. O Santander possui diversos projetos no segmento de educação, voltados ao público interno.

Na Tabela 6 são indicados os valores investidos em cada projeto de responsabilidade social externos no decorrer dos cinco anos analisados.

Tabela 9- Indicadores sociais externos – Valores em milhões

Projetos	2011	2012	2013	2014	2015
Projeto Escola Brasil – PEB	1,3	1,5	2,2	1,5	Não divulgado
Amigo de Valor	5,9	5,6	4,8	4,2	Não divulgado
Prêmio Santander Universidades	4,3	4,0	1,9	1,6	Não divulgado
Programa Exemplares	9,2	1,3	4,7	0,0	Não divulgado
Instituto Santander Cultural	4,5	5,9	5,6	7,8	Não divulgado
Programa Convivendo com Arte	0,0	0,680	0,795	0,121	Não divulgado

Fonte: Dados da pesquisa.

O principal projeto realizado pelo Banco Santander é o Amigo de Valor, que conta com a doação de clientes e funcionários. Em 2011, o projeto recebeu seu maior investimento, R\$ 5,9 milhões.

No ano de 2015 houve mudanças na política de divulgação das informações, alguns projetos não obtiveram divulgação monetária, desta forma, não foi possível avaliar o investimento no ano de 2015.

Analisando os anos de 2011 a 2015 todos os projetos mantiveram-se contínuos, não havendo nenhuma exclusão dos projetos no período da amostra.

Na Tabela 7 são demonstrados os investimentos ambientais.

Tabela 10- Indicadores ambientais - Valores em milhões

Projetos	2011	2012	2013	2014	2015
Corredor Ecológico	1,8	1,2	0,0	0,0	0,0
Floresta Santander	0,509	0,509	0,0	0,0	0,0

Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto aos investimentos ambientais realizados, dois foram selecionados para amostra, pois são os mais relevantes. O projeto corredor ecológico recebeu investimentos durante os dois primeiros anos analisados, todavia, deixou de ser divulgado a partir do ano de 2013.

O Projeto Floresta Santander a partir do ano de 2013 foi substituído pela compra de crédito de carbono de empresas de grande a pequeno porte que possuem bom desempenho social e ambiental. O mesmo proporcionava o reflorestamento para compensação dos impactos ambientais.

Na Tabela 10 são apresentados os valores de investimentos totais dos projetos de responsabilidade social externos e ambientais, comparando ao lucro líquido anual durante os cinco anos da amostra.

Tabela 11 - Valor investido comparado ao lucro líquido

Itaú	Lucro líquido – R\$	Investimento total – R\$ mi	Investimentos x LL
2011	7.755.853	27.749	0,36%
2012	5.459.278	20.533	0,38%
2013	5.848.124	20.286	0,35%
2014	5.707.776	15.401	0,27%
2015	9.783.740	Não informado	

Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação ao percentual de investimentos a maior taxa se deu no ano de 2012, quando atingiu o percentual de 0,38%. Em relação aos outros bancos analisados, o menor percentual de investimento se concentra no Santander.

Ao analisar comparativamente os resultados encontrados, é possível verificar que todas as instituições financeiras possuem preocupação com a sociedade em geral. Dentre os segmentos que recebem mais destaque estão: educação, cultura, esporte e meio ambiente, que em todos os componentes da amostra estiveram presentes.

Quanto ao valor de investimentos em responsabilidade social, o banco com maior valor investido foi o Bradesco, com R\$ 544.993 milhões em 2014. O mesmo acontece quando analisado o percentual do valor investido em projetos comparado ao lucro líquido, em que o Bradesco atingiu o maior percentual em 2013, chegando a 3,82%.

A instituição financeira com maior número de projetos selecionados na amostra foi o Santander, que se destacou por possuir oito projetos que recebem destaque em seu relatório anual. Já o banco com maior destaque no segmento ambiental foi o Bradesco, que conta com três projetos neste segmento.

Todas as instituições financeiras são transparentes com suas informações, sendo que ainda não há um modelo obrigatório para divulgação das ações de RSC, cada instituição adota o modelo que achar que se enquadra em suas políticas de divulgação, desta forma, torna-se mais difícil uma informação uniforme. As instituições que se mantiveram constantes quanto à divulgação foram Banco do Brasil, Bradesco e Itaú. Já o Santander, em 2015 alterou sua política de divulgação.

A análise aponta que as instituições financeiras possuem tendência a manter a continuidade de seus projetos sociais. O estudo de Benedicto et al (2013) apontou resultados semelhantes, concluindo que os projetos e programas de responsabilidade social são bem estruturados e eficientes, principalmente envolvendo as áreas da cultura, saúde, educação, meio ambiente e sustentabilidade, assim, a análise do presente artigo concluiu que apenas saúde e sustentabilidade perderam o cenário de 2013 para os dias de hoje.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O objetivo do artigo foi analisar a perenidade no desenvolvimento de projetos de responsabilidade social nas empresas do segmento financeiro que estão presentes no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). A amostra contemplou quatro instituições financeiras e

considerou o período entre os anos de 2011 a 2015. Quanto aos procedimentos, a pesquisa se caracteriza como exploratória e análise documental dos relatórios anuais.

O segmento financeiro é muito pressionado pelo seu público-alvo, para manter uma imagem socialmente responsável. Desta forma, por meio da pesquisa é possível concluir que as informações sociais são divulgadas de maneira voluntária, já que não há um modelo obrigatório de divulgação a ser seguido e nem obrigação na divulgar informações de investimentos sociais.

Enquanto o Banco Itaú e o Banco do Brasil se destacam nos investimentos a cultura e educação, os Bancos Santander e Bradesco se destacam pela diversidade de investimentos sociais em diferentes segmentos. A pesquisa demonstra o quanto o segmento financeiro se preocupa com a sociedade em geral, pois através de seus projetos sociais externos e ambientais contribui para a melhoria e desenvolvimento do país.

O Banco Bradesco recebe destaque quanto a suas divulgações, já que possui os relatórios com as estruturas mais claras e precisas de seus projetos sociais. Durante o período da pesquisa, houve a mesma semelhança de informações, sendo transparente e contendo todos os detalhes necessários para uma boa avaliação dos seus projetos de responsabilidade social. Já o banco com a menor divulgação de informações foi o Itaú, que apenas em 2011 divulgou todas as informações monetárias de seus projetos, durante os anos seguintes demonstrou apenas os valores totais de investimento, tornando-se difícil identificar quanto cada projeto recebe de um investimento total.

Na comparação de valores investidos, nota-se que todos os bancos possuem um valor expressivo destinado aos projetos de responsabilidade social, isso demonstra como o segmento financeiro é engajado com a sociedade em geral e com o meio ambiente.

Quanto ao objetivo do artigo, todos os bancos atendem ao quesito de perenidade nos projetos de responsabilidade social, sendo poucos os projetos que deixaram de receber investimentos com o passar dos anos. Além disso, um fator importante é que os projetos criados pelas instituições possuem grande tempo de existência.

Neste sentido, os resultados da pesquisa atenderam ao objetivo proposto, evidenciando que as instituições ainda necessitam avançar na transparência das divulgações de seus projetos de responsabilidade social.

Com sugestão para pesquisas futuras, pode-se utilizar para fins de análise os projetos internos, que possuem maior divulgação nos relatórios anuais, pois as instituições realizam muitos

projetos internamente visando melhorias e melhor qualidade de vida aos funcionários, fornecedores e clientes.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. A.; SANTOS, J. F. D. Disclosure voluntário de responsabilidade social corporativa das empresas listadas na BMF&BOVESPA. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 8, n. 3, p. 69-88, 2014.

ANDRADE, M. A. M.; GOSLING, M.; JORDÃO, R. V. D. Valor de marca e responsabilidade social em siderúrgicas mineiras e a percepção de suas comunidades de entorno. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 34, Rio de Janeiro, 2010. **Anais...** Rio de Janeiro, 2010.

ANDRADE, M. A. M.; GOSLING, M.; LIMA, G. C. O. A “responsabilidade social” dos bancos no Brasil. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 5, n. 3, p.168-182, 2011.

ATONDO, J. R. La responsabilidad social de las empresas. In: DE LA CUESTA, M. (Org.). **Responsabilidad Social Corporativa**. Salamanca: Publicaciones de La Universidad Pontificia de Salamanca, 2004.

BANCO DO BRASIL. **Relatórios anuais**. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/portallbb/page3,136,3433,0,0,1,8.bb?codigoMenu=198>>. Acesso em: 07 jun. 2016.

BENEDICTO, S. C.; BENEDICTO, E. P.; GEORGES, M. R. R.; SOUSA, J. E. R.; CARNEVALLI, J. A. Ações de responsabilidade social versus estratégias empresariais: estudo em instituições financeiras públicas e privadas à luz do discurso ético. In: ENCONTRO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO E MEIO AMBIENTE, 16, São Paulo, 2014. **Anais...** São Paulo, 2014.

BENEDICTO, S. C.; STIEG, C. M.; LAMES, E. R.; SILVA FILHO, C. F. Responsabilidade social e estratégia em instituições financeiras públicas e privadas. **Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 11, n. 1, p. 86-102, 2013.

BM&F BOVESPA. **Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE. 2010**. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/produtos/indices/indices-de-sustentabilidade/indice-de-sustentabilidade-empresarial-ise.htm>. Acesso em: 01 fev. 2016.

BORDIN, D. P.; PASQUALOTTO, N. A importância da responsabilidade social empresarial para a sustentabilidade e o papel do marketing social. **Revista Capital Científico - Eletrônica**, v. 11, n. 2, p. 66-77, 2013.

BRADERCO. **Relatórios anuais**. Disponível em: <<https://www.braderco.com.br/site/conteudo/informacoes-financeiras/relatorios-anuais.aspx?secaoId=811>>. Acesso em: 07 jun. 2016.

CALIXTO, L. A divulgação de relatórios de sustentabilidade na América Latina: um estudo comparativo. **Revista de Administração**, v. 48, n. 4, p. 828-842, 2013.

CARVALHO, O.; MEDEIROS, J. Racionalidades subjacentes às ações de responsabilidade social corporativa. **Organização & Sociedade**, v. 20, n. 64, p. 17-36, 2013.

CARVALHO, S. W.; SEN, S.; MOTA, M.; LIMA, R. C. Consumer reactions to CSR: a Brazilian perspective. **Journal of Business Ethics**, v. 91, p. 291-310, 2010.

CONCEIÇÃO, M. Z. **Bancos e a responsabilidade socioambiental no financiamento de projetos de hidrelétricas no Brasil**: Um estudo de casos de 1981 a 2009. 2010. 303 p. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável) – Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

CRISÓSTOMO, V. L.; FREIRE, F. S.; SOARES, P. M. Uma análise comparativa da responsabilidade social corporativa entre o setor bancário e outros no Brasil. **Contabilidade Vista & Revista**, v. 23, n. 4, p. 103-128, 2012.

DAL MAGRO, C. B.; DOMENICO, D.; UTZIG, M. J. S.; LAVARDA, C. E. F.; MAZZIONI, S. Responsabilidade social nas empresas listadas na BMF&BOVESPA. **Revista Gestão & Planejamento**, v. 13, n. 3, p. 746-765, 2012.

DIAS, L. N. S.; SIQUEIRA, J. R. M. Análise da evolução qualitativa dos balanços sociais da Petrobras no período de 2000 a 2004. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 6, 2006, São Paulo. **Anais...** São Paulo: 2006.

DOMENICO, D. D.; DAL MAGRO, C. B.; MAZZIONI, S. ; PREIS, M. B. ; KLANN, R. C. . Determinantes do nível de disclosure nos relatórios de sustentabilidade em conformidade com o global reporting initiative. **Revista Gestão & Sustentabilidade Ambiental**, v. 4, n. 2, p. 4-30, 2015.

DOMENICO, D.; MAZZIONI, S.; GUBIANI, C. A.; KRONBAUER, N. B.; VILANI, L. Práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas de capital aberto de Santa Catarina listadas na BMF&BOVESPA. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 14, n. 42, p. 70-84, 2015.

DYE, R. A. An evaluation of “essays on disclosure” and the disclosure literature in accounting. **Journal of Accounting and Economics**, v. 32, n 1-3, p. 181-135, 2001.

GARRIDO, I. L.; CUNHA, F. R.; CAVALCANTE, F. M. O papel da confiança na relação entre responsabilidade social corporativa e o valor de marca. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 39, p. 101-118, 2014.

GUIMARÃES, F. A. D. J.; GOMES, E. R. Impactos internos das várias formas organizacionais de atuação em responsabilidade social corporativa nos grandes bancos no Brasil. **Revista ADMpg Gestão Estratégica**, v. 3, n. 1, p. 73-81, 2010.

INSTITUTO ETHOS. **O que é responsabilidade social corporativa**. 2013. Disponível em: < <http://www3.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-e-sustentabilidade-para-gestao-empresarial/#.V2kZ2PkrLs0> >. Acesso em: 05 fev. 2015.

ITAÚ. **Relatórios anuais**. Disponível em: < <http://www.itau.com.br/relatorio-anual> >. Acesso em: 07 jun. 2016.

LIMA, M. J. O. **A responsabilidade social e o serviço social nas organizações empresariais**. São Paulo: Ed. Unesp, 2009.

LUCA, M. M. M.; MOURA, A. A. F.; NASCIMENTO, F. S. P. Evidenciação voluntária de informações sociais por empresas de capital aberto no Brasil com base nos indicadores de responsabilidade social da ONU. **Revista Alcance**, v. 19, n. 3, p. 362-380, 2012.

MACHADO, M. A. V.; MACHADO, M. R. Responsabilidade social impacta o desempenho financeiro das empresas? **Advances in Scientific and Applied Accounting**, v. 4, n. 1, p. 2-23, 2011.

MACHADO, M. R.; MACHADO, M. A. V.; CORRAR, L. J. Desempenho do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da bolsa de valores de São Paulo. **Revista Universo Contábil**, v. 5, n. 2, p. 24-38, 2009.

MAZZIONI, S.; DOMENICO, D.; ZANIN, A. A evidenciação da prática corporativa de ações de responsabilidade social com o uso do balanço social. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 9, n. 27, p. 43-59, 2010.

MAZZIONI, S.; TINOCO, J. E. P.; OLIVEIRA, A. B. S. Proposta de um modelo de balanço social para fundações universitárias. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS**, v. 4, n. 3, p. 274-286, 2007.

MOHR, L. A.; WEBB, D. J.; HARRIS, K. E. Do consumers expect companies to be socially responsible? the impact of corporate social responsibility on buying behavior. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 35, n. 1, p. 45-72, 2011.

OMETTO, P.; BULGACOV, S.; MAY, M. R. A efetividade dos estrategistas da responsabilidade social empresarial. **Organizações & Sociedade**, v. 22, n. 74, p. 423-442, 2015.

PANWAR, R.; RINNE, T.; HANSEN, E.; JUSLIN, H. Corporate responsibility: balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry. **Forest Products Journal**, v. 56, n. 2, p. 4-12, 2006.

PORTAL IBASE. **Relatório anual**. 2014. Disponível em: < <http://ibase.br/pt/> >. Acesso em: 13 maio 2016.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004. p. 76- 97.

SANTANDER. **Relatórios anuais**. Disponível em: <<https://sustentabilidade.santander.com.br/pt/governanca/paginas/relatorios.aspx>>. Acesso em: 07 jun. 2016.

SOARES, S. V.; NETO, J.M. Balanço social: um estudo de caso de uma empresa do ramo de energia elétrica. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELENCIA EM GESTÃO, 5, Rio de Janeiro, 2009. **Anais...** Rio de Janeiro, 2009.

VERRECCHIA, R. E. Essays on Disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, v. 32, n. 1-3, p. 97-180, 2001.

XAVIER, A. V. A responsabilidade da nova empresa no contexto globalizado. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XIV, n. 93, 2011. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10419>. Acesso em: 05 out. 2015.