

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

UM ESTUDO SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA
FUNDAÇÃO BRADESCO

ELIZÂNGELA CÂNDIDO ANDRADE

FORTALEZA, JUNHO DE 2005

UM ESTUDO SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA
FUNDAÇÃO BRADESCO

ELIZÂNGELA CÂNDIDO ANDRADE

Orientador (a): Prof^a. Dr^a HILDA COUTINHO DE OLIVEIRA

Monografia apresentada à Faculdade de
Economia, Administração, Atuaria e
Contabilidade, para a obtenção do grau de
Bacharel em Administração de Empresas.

Fortaleza-Ceará

2005

Esta monografia foi submetida à Coordenação do Curso de Administração de Empresas, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração de Empresas, outorgado pela Universidade Federal do Ceará – UFC e encontra-se à disposição dos interessados na Biblioteca da referida Universidade

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida, desde que feita de acordo com as normas de ética científica.

	Média
_____ Elizângela Cândido Andrade	_____
_____ Prof. ^a Dr. ^a Hilda Coutinho de Oliveira Prof. Orientador	_____ Nota
_____ Prof. (a) Ms. Nancy Fernandes Matias Prof. Membro da Banca Examinadora	_____ Nota
_____ Prof. Ms. Laudemiro Rabelo de Sousa e Moraes Prof. Membro da Banca Examinadora	_____ Nota

Monografia aprovada em 30/06/05

AGRADECIMENTOS

Agradeço, sobretudo, a Deus, por ter me dado mais esta oportunidade de crescimento.

Aos meus pais, Francisco e Ivanilde, pelo carinho e compreensão, e por muito terem contribuído para a realização desta conquista.

Ao meu irmão, Daniel, pelo incentivo durante a realização do trabalho.

À orientadora, prof^a. Dr^a. Hilda Coutinho de Oliveira, pela paciência e pela orientação.

Agradeço as minhas amigas Edilza, Lucineide e Érica Patrícia pela amizade, apoio, ajuda e incentivo nas situações mais difíceis enfrentadas durante a vida.

À Banca Examinadora pela disponibilidade em avaliar esse trabalho.

E aos demais que, de alguma forma, contribuíram para a elaboração desta monografia.

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS

RESUMO

1 INTRODUÇÃO	01
2 REVISÃO DA LITERATURA	04
2.1. RESPONSABILIDADE SOCIAL	04
2.1.1. CONCEITO	04
2.1.2. HISTÓRIA	05
2.1.3. ALGUNS ESTUDOS	08
2.1.4. RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DE FORTALEZA	10
2.2. BANCO BRASILEIRO DE DESCONTOS S/A	13
2.2.1. FUNDAÇÃO	13
2.2.2. BRADESCO: 62 ANOS DE EXISTÊNCIA	14
2.2.3. BRADESCO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL	16
2.2.4. CÓDIGOS DE ÉTICA E REGULAMENTOS	17
2.2.5. POLÍTICA DE SEGURANÇA	18
2.2.6. DINÂMICA EMPRESARIAL	19
2.2.7. MARKETING BRADESCO	20
2.2.8. RECURSOS HUMANOS E QUALIDADE	31
3 METODOLOGIA	31
3.1. NOTAS SOBRE O MÉTODO	33
3.2. LOCAL	35
3.3. SUJEITOS	41
3.4. INSTRUMENTO	41
3.5. PROCEDIMENTO	42
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	43
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
• REFERÊNCIAS	52

• ANEXOS	54
- CARTA DE AUTORIZAÇÃO	55
- RELATO DAS ENTREVISTAS	56

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – SISTEMA DE SEGURANÇA	19
FIGURA 2 – BASE DE CLIENTES	20
FIGURA 3 – USUÁRIOS DO INTERNET BANK	21
FIGURA 4 – NÚMERO DE ATENDIMENTO DO FONE FÁCIL	21
FIGURA 5 – OPERAÇÕES DE CRÉDITO	23
FIGURA 6 – ATIVOS TOTAIS	24
FIGURA 7 – RECURSOS CAPTADOS E ADMINISTRADOS	24
FIGURA 8 – ESTRATÉGIAS DE ORGANIZAÇÃO	25

**“Em resposta a uma ética da exclusão, estamos todos
desafiados a praticar uma ética da solidariedade.”**

Herbert de Sousa

**"Concedei-nos, Senhor, a serenidade necessária para aceitar as coisas que
não podemos modificar; coragem para modificar aquelas que podemos, e
sabedoria para distinguir umas das outras".**

Oração da Serenidade

RESUMO

Esta pesquisa focalizou os sentidos atribuídos à responsabilidade social por parte de sete funcionários da Fundação Bradesco localizada em Caucaia, no Ceará. Seus objetivos específicos foram: averiguar a estrutura de funcionamento da fundação; investigar sobre seus benefícios junto à comunidade; avaliar o grau de comprometimento dos funcionários em relação à responsabilidade social praticada pela fundação. Concretizou-se por meio do método qualitativo e da técnica da entrevista semi-dirigida. Os sujeitos que dela fizeram parte foram de ambos os sexos e com idades variando de 29 a 46 anos. Seus resultados indicaram que os funcionários possuem um nível significativo de criticidade e compromisso social no que tange à responsabilidade da empresa com a comunidade.

1 INTRODUÇÃO

O advento da globalização aumentou consideravelmente o nível de conscientização e exigência por parte do consumidor, trazendo uma nova ordem nas relações. O consumidor passou a questionar as condições em que os produtos são produzidos, a origem desses produtos, exigindo ética de toda a cadeia produtiva, se a empresa está envolvida em algum escândalo etc. A partir dessa nova postura do consumidor as empresas estão percebendo sua responsabilidade quanto à conduta dos seus fornecedores, e quanto a sua própria conduta.

Nessa nova relação as organizações perceberam que os clientes querem mais que descontos, qualidade e novos modelos e, ao mesmo tempo, a organização percebeu que tem grande poder e influência no meio em que vivem. Perceberam a grande responsabilidade sobre a qualidade de vida de seus funcionários e da comunidade em que está inserida. Hoje preocupam-se com a questão da cidadania e da ética, estão sensíveis a questões sociais e ambientais. Compreendeu, então, que precisaria mudar e incorporar uma nova prática, exercendo a responsabilidade social. O exercício dessa responsabilidade transforma-se em novo modelo estratégico e de gestão.

As organizações iniciam esse novo modelo ainda necessitando, definir, claramente, os conceitos de filantropia, responsabilidade social e ação social. Descubrem que, além de exercer todas essas ações como diferencial competitivo, precisam adotar uma nova postura, mantendo transparência em todos os seus atos e com todos os que os cercam.

A responsabilidade social é definida num prisma bastante amplo, e que abrange as formas éticas de relacionamento entre a organização e o meio em que está inserida. Antes as ações realizadas nesse sentido eram, sobretudo, baseadas numa decisão pessoal do empresário, que foram mudadas a partir do conceito apresentado. Começa-se a pensar em responsabilidade social fazendo parte das decisões estratégicas ou, pelo menos, percebendo a sua importância como fator estratégico e competitivo para a empresa.

Eis uma afirmação importante colocada por Zambelli (2005): *“Uma empresa cidadã tem, no seu compromisso com a promoção da cidadania e o desenvolvimento da comunidade, o seu diferencial competitivo, buscando, desta forma, ser uma organização que investe recursos financeiros, tecnológicos e mão-de-obra em projetos de interesse público. É uma organização que cria um ambiente agradável de trabalho, valorizando seus recursos humanos, e é capaz de desenvolver um modelo de gestão integrado, onde as pessoas têm um e papel decisivo no seu compromisso com relação à comunidade e a sociedade em geral. E,*

ainda, é uma empresa que se organiza e constrói maneiras alternativas de participar, conviver e viver melhor”.

Dentro da afirmativa acima e, paradoxalmente, a importância do assunto e da sua imperiosa necessidade de implantação, as organizações que praticam essas ações ainda não se preocupam em desenvolver programas de conscientização dos funcionários e da diretoria sobre a importância do tema, conforme dados apresentados pela pesquisa Empresa Júnior Administração – UECE, realizada no primeiro semestre de 2001.

A idéia de pesquisar sobre esse tema surgiu da necessidade de adquirir maiores conhecimentos sobre o assunto, que acreditamos ser já um diferencial competitivo para as empresas.

Com base nestas considerações levantamos este pressuposto: os funcionários que seriam questionados teriam um nível frágil de criticidade e compromisso social no que tange à responsabilidade da empresa com a comunidade.

O problema básico foi: a participação dos funcionários na Fundação Bradesco favoreceria a consciência e a responsabilidade social?

Este trabalho teve como objetivo geral compreender os sentidos atribuídos à Responsabilidade Social por parte de 7 funcionários da Fundação Bradesco localizada em Caucaia, no Ceará, através do método qualitativo e da técnica da entrevista semi-dirigida.

Seus objetivos específicos foram: averiguar a estrutura de funcionamento da fundação; investigar sobre seus benefícios junto à comunidade; avaliar o grau de comprometimento dos funcionários em relação à responsabilidade social praticada pela Fundação Bradesco.

A monografia foi organizada conforme estas partes:

A 1ª parte mostrou a revisão da literatura, que foi dividida em dois itens. O 1º item tratou de apresentar o conceito de responsabilidade social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades. Sua origem, na Guerra do Vietnã, também é abordada nesse item junto com alguns pontos de vista e a atual situação na região Metropolitana de Fortaleza. O 2º item aborda a fundação, produtos e evolução do Banco Brasileiro de Descontos S/A. Mostra os 62 anos de existência do banco Bradesco e a forma como é administrado.

A 2ª parte consistiu-se do método e da técnica utilizada para a realização desse trabalho, que foram respectivamente a metodologia qualitativa e a entrevista semi-dirigida. Foram mostrados os projetos de responsabilidade social praticados pelo Banco Bradesco e o seu comprometimento com a cidadania empresarial. Em seguida, foram apresentados os

instrumentos e os sujeitos que participaram da entrevista, bem como sua idade, cargo e tempo de empresa.

Finalmente, foram apresentados os resultados e discussões da pesquisa de campo realizada com sete funcionários da Fundação Bradesco. Seus resultados indicaram que os funcionários possuem um nível significativo de criticidade e compromisso social no que tange à responsabilidade da empresa com a comunidade.

2.1. A RESPONSABILIDADE SOCIAL

"Mais do que máquinas, precisamos de humanidade".

Charles Chaplin

2.1.1. CONCEITO

Existem muitos conceitos sobre responsabilidade social empresarial, selecionamos alguns para clarificar o entendimento e a linha de raciocínio deste trabalho.

Segundo Ciro Torres (2000) *“Entendemos Responsabilidade Social das Empresas um conjunto de ações, normas e conduta de conteúdo social e/ou ambiental (realizada tanto de forma obrigatória quanto voluntária) desenvolvida e divulgada por empresas privadas e públicas, tendo a ética como pilar (honestidade, responsabilidade e busca de transparências) visando tanto o interesse público (o bem comum e bem estar social) quanto o interesse privado (a garantia de sobrevivência da empresa e o lucro ao longo prazo)”*.

D’Ambrósio (apud Melo Neto e Froes, 2001) conceitua responsabilidade social como *“decisão da empresa participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce”*.

Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários.

Responsabilidade social não é só apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente, é ainda investir no bem-estar dos seus funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, dar retorno aos seus acionistas, assegurar sinergia com seus parceiros e garantir a satisfação dos seus clientes e/ou consumidores.

A responsabilidade social representa um conceito bastante amplo, abrangendo toda forma de ética de relacionamento entre a empresa e o meio onde atua. Incluem-se neste meio os empregados, clientes, fornecedores, regulamentadores, associados e a comunidade em

geral. Fazem parte da responsabilidade social da empresa o pagamento de tributos, abonos, honra a seus compromissos, clareza no tratamento com o público e respeito ao meio ambiente.

A responsabilidade social das empresas, ou mesmo a busca das empresas por justiça social seria basicamente a iniciativa espontânea das empresas em decidirem contribuir para a construção de uma sociedade melhor e um meio ambiente mais limpo. Ou seja, a responsabilidade das empresas seria a integração voluntária por parte das empresas nas preocupações sociais e ambientais em suas operações comerciais e, em suas relações com os seus representantes na sua área de influência.

Assim, ser socialmente responsável não significa respeitar e cumprir devidamente as obrigações legais, mas sim, o fato das empresas, através dos trabalhadores e de todos seus interlocutores, irem além de suas obrigações em relação ao seu capital humano, ao meio ambiente e a comunidade, por perceber que o bem-estar destes reflete em seu.

Pode-se dizer que a responsabilidade social das empresas pode ser traduzida mais como uma evolução da empresa em busca de sua excelência e plena realização.

Os conceitos de responsabilidade social citam a ética norteando os relacionamentos. Entendemos que este aspecto constitui um fator importante, visto que as empresas podem vir a praticar a responsabilidade social pautada pelo cálculo entre riscos e benefícios para os seus negócios e não pela análise do que é certo ou errado. É importante colocar a interdependência entre ética e responsabilidade social, se a primeira sucumbe inibe a possibilidade da segunda existir.

Vale salientar que é absolutamente urgente que os valores éticos (responsabilidade, honestidade e busca de transparências) estejam consolidados, tanto no público como no privado, de modo que a ética se concretize, não apenas nos valores citados, mas no esforço corporativo da igualdade social. Portanto consideramos que o conceito de responsabilidade social das empresas deva constituir-se de princípios éticos e de estratégias que possibilitem o desenvolvimento social numa relação homem/natureza que seja capaz de responder o reordenamento de uma sociedade mais justa e humanizada.

2.1.2. HISTÓRIA

O termo "*Responsabilidade Social*" é relativamente recente na sociedade, somente na década de 60, que surge a preocupação por parte das empresas em prestar informações ao público sobre suas atividades no campo social. O repúdio da população à Guerra do Vietnã

deu início a um movimento de boicote à aquisição de produtos e ações de empresas que de alguma forma estavam ligadas a esse conflito armado.

Várias instituições da sociedade civil, como as igrejas e fundações, passaram a denunciar o uso de armamentos sofisticados (gases paralisantes, napalm, etc) que dizimavam civis inocentes, afetavam negativamente o meio ambiente e colocavam em risco a própria sobrevivência do homem no planeta. A pressão dos cidadãos através de associações, sindicatos, deve como consequência, a resposta das empresas, elaborando e divulgando relatórios com informações de caráter social, resultando assim, o que chamamos hoje de Balanço Social.

A partir dos anos 70, também como resultado das pressões sociais, como por exemplo, (o movimento estudantil de 1968), as empresas deram início à publicação de quadros com dados relativos à gestão do pessoal, às condições sociais, juntamente com as tradicionais demonstrações financeiras.

No Brasil a idéia começa a ser discutida ainda nos anos 60 com a criação da Associação dos Dirigentes Cristão de Empresas (ADCE). Um dos princípios desta associação baseia-se na aceitação por seus membros de que a empresa, além de produzir bens e serviços, possui a função social que se realiza em nome dos trabalhadores e do bem-estar da comunidade.

Embora a idéia já motivasse discussões, apenas em 1977 mereceu destaque a ponto de ser tema central do 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas. Mas somente em 1984 é publicado o primeiro balanço social de uma empresa brasileira, a Nitrofértil. Oito anos depois, o Banco do Estado de São Paulo – Banespa, publica um relatório completo divulgando todas as suas ações sociais.

Contudo, a discussão do papel social das organizações no Brasil somente ganhou destaque na mídia e visibilidade nacional quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou em 1997 a campanha de divulgação do Balanço Social. A campanha ganhou força e adesão com o apoio de lideranças empresariais, da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), autarquia do Ministério da Fazenda (que fiscaliza as bolsas de valores), da Gazeta Mercantil e de muitas empresas (Xerox, Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Glaxo Wellcome, Usiminas, etc), e de suas instituições representativas (Firjan, Abrasca, Abamec, Febraban, Associação Comercial do Rio de Janeiro).

Na atual conjuntura mundial observamos que as empresas, cada vez mais, estão voltando-se para o desenvolvimento de algumas atividades de cunho social, demonstrando-se preocupadas com os problemas sociais, a comunidade e o seu público interno.

Ocorre que o interesse das empresas pelas causas sociais tornou-se um diferencial aos olhos do consumidor, bem como as empresas estão se conscientizando que sua participação na comunidade será um fator para o sucesso.

Apesar de parecer um assunto novo no cenário empresarial, a responsabilidade social vem sendo praticada há vários anos nos países mais desenvolvidos como os Estados Unidos da América e países europeus.

Atualmente, apesar de ser incipiente, está ganhando a adesão de muitos empresários no Brasil.

Uma empresa socialmente responsável é aquela que além de ser ética nos seus negócios, preocupa-se com: a não utilização de mão-de-obra infantil, saúde de seus funcionários, não utilização de trabalhos forçados, segurança no trabalho, liberdade na associação a sindicatos, negociação coletiva, não discrimina seus funcionários, nem a sociedade em geral, respeita o horário de trabalho, preocupa-se com questões ambientais e possuem um sistema de gestão coerente.

Tais preocupações levaram a um número crescente de normas, diretrizes, padrões e estruturas especializadas: como as Normas AA1000, AS 8000 e Global Reporting Initiative-GRI, que têm contribuído para criar uma melhor visão sobre as práticas de responsabilidade social empresarial e sua gestão de desempenho. No Brasil, existe a iniciativa de padronização através do Instituto Ethos, que em algumas partes dos seus indicadores Ethos de responsabilidade social e guia de elaboração de relatório e balanço anual de responsabilidade social empresarial segue algumas diretrizes propostas pelas normas internacionais, além de apresentar o modelo de balanço social proposto pelo IBASE.

Os novos rumos tomados pela noção de responsabilidade social representam, na relação homem – empresa - sociedade, uma opção definitiva, e não um mero modismo, as soluções para problemas ambientais, educacionais e de saúde podem ser encontradas na vida em comum no trabalho, por decisões gerenciais, de origem interna, tanto em empresas públicas como privadas.

Encontra-se nesta nova forma de pensar a concepção de uma nova vida social. Afinal, responsabilidade social é um tema transcendental, que une diferentes correntes em torno de uma única questão.

Há muito se fala em responsabilidade social da empresa. E, de fato, pode-se observar que algumas empresas, aqui no Brasil, tem levado a sério suas relações com a comunidade, com o meio ambiente e com seu próprio corpo de funcionários. Até porque, nos últimos anos, essas relações tornaram-se uma questão estratégica financeira e de sobrevivência empresarial,

quando pensamos à longo prazo. Isto sem falar, é claro, do lado ético e humano que a responsabilidade social envolve, e por sua vez, pode desenvolver.

Responsabilidade social nas empresas é um tema bastante propício para o momento atual, no qual apresenta incertezas, riscos e ansiedade de uma política mais justa e ética. Através dos meios de comunicação rápidos e eficazes, a cada dia a população está mais integrada com os acontecimentos a sua volta, não só em relação ao meio empresarial, mas ambiental e social, num contexto amplo e dinâmico capaz de alterar valores, costumes e tradições. Como por exemplo, um novo conceito, o de se obter lucros efetivos em questões antes não imaginadas, estamos nos referindo ao investimento social. Esta tendência veio para ficar, e merece reflexões de todos nós.

2.1.3. ALGUNS ESTUDOS

De acordo com o ponto de vista clássico, as empresas não devem assumir qualquer responsabilidade social além de dar lucro quanto possível aos proprietários da empresa. O economista Friedman (1985), é um defensor desse ponto de vista: “existe uma e apenas uma responsabilidade social das empresas – usar seus recursos e empregá-los em atividades projetadas para aumentar seus lucros, desde que elas permaneçam dentro das regras do jogo, que são engajar-se na concorrência aberta e livre, sem logro ou fraude. Poucas tendências podem minar tão completamente os fundamentos de nossa livre sociedade como a aceitação pelos executivos das corporações de outras responsabilidades sociais que não a de gerar tanto dinheiro para seus acionistas quanto possível. Esta é uma doutrina fundamentalmente subversiva”.

Dessa forma, do ponto de vista clássico, se a empresa opte por realizar outras atividades de responsabilidades sociais, além do lucro econômico, é visto como perturbação do relacionamento econômico fundamental.

Todavia, de acordo com o ponto de vista contemporâneo, as empresas são importantes e influentes membros da sociedade, são responsáveis por ajudar a manter e melhorar o bem estar da sociedade como um todo. Davis (1975), um defensor da responsabilidade social das corporações, resume este ponto de vista em cinco proposições:

Proposição 1: A responsabilidade social surge com o poder social.

As empresas têm significativa influência ou poder sobre questões sociais críticas. Assim sendo, a sociedade pode e deve responsabilizar a empresa por condições sociais afetadas por uso desse poder.

Proposição 2: As empresas devem operar como um sistema aberto de mão dupla, com recebimento aberto de informações da sociedade e divulgação aberta de informações acerca de suas operações com o público.

As empresas devem estar dispostas a ouvir os representantes da sociedade para saber o que deve ser feito para melhorar o bem-estar social.

Proposição 3: Tanto os custos como os benefícios sociais de uma atividade, produto ou serviço devem ser completamente calculados e considerados.

Além dos lucros, as empresas devem considerar as conseqüências sociais, tanto de longo como de curto prazo.

Proposição 4: Os custos sociais relativos a cada atividade, produto ou serviço devem ser transferidos para os consumidores.

Não se pode esperar que as empresas financiem todas as atividades que são economicamente desvantajosas, mas socialmente vantajosas.

Proposição 5: Como cidadãos, as instituições de negócios tem a responsabilidade de se envolver em certos problemas sociais que estão fora de suas áreas normais de operação.

Se as empresas podem ter um aumento nos lucros provenientes de uma sociedade melhor em termos gerais, elas devem compartilhar com todos os cidadãos a responsabilidade pela melhoria da sociedade.

O ponto de vista clássico vê as empresas como órgãos econômicos, enquanto que o ponto de vista contemporâneo as vê como membros da sociedade. Embora as organizações de negócios exerçam claramente os dois papéis, o reconhecimento disso nem sempre responde à questão de como as companhias devem se envolver em atividades de responsabilidade social. Quando por exemplo, a atividade for exigida por lei, ambas abordagens apóiam o envolvimento nela. E, em situações em que há lucro, ambas abordagens apóiam o envolvimento na atividade.

O grau em que uma empresa deve procurar o avanço social X objetivos econômicos, dependem de muitos fatores, incluindo tamanho da empresa, sua capacidade para investir em programas de responsabilidade social, a competitividade da indústria e as conseqüências da omissão ou o grau de atração da atividade. Por isso, essas decisões dependem do problema específico e da classe da responsabilidade social envolvida.

2.1.4. A SITUAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DE FORTALEZA

A Empresa Junior de Administração da Universidade Estadual do Ceará realizou um estudo em 2001 sobre a Responsabilidade Social nas empresas da Região Metropolitana de Fortaleza, onde foram pesquisadas 90 empresas, dentre estas 53% eram de grande porte, 26% de tamanho médio e 21% pequenas empresas. Desse total, 77 delas não desenvolvem projetos sociais voltados para a comunidade e somente 13 estão comprometidas com tais projetos, o equivalente a 14%, revelando um percentual muito baixo de empresas que tem alguma prática de responsabilidade social.

Neste relatório é visível que a pouca iniciativa do empresariado com a questão é em função do desconhecimento de muitos sobre o assunto. Embora, das 77 empresas que afirmaram não desenvolver qualquer trabalho social, 34 (44%) demonstraram interesse em praticar projetos dessa natureza. Muitos alegam a falta de recursos e a crise energética do país, consolidando o fato do desconhecimento das vantagens dessas práticas.

Outro item abordado foi em relação à colaboração dos funcionários voluntários nos projetos mantidos pela organização. Os resultados indicam que das 13 empresas socialmente atuantes, 7 contam com essa participação voluntária, portanto 54%, não representativo por conta que 13 empresas representam apenas 14% da amostra total, e isto é válido para analisar quase todos os números dessa pesquisa.

No tocante ao espírito de voluntariado dos referidos funcionários, verificou-se que em 6 dos sete casos positivos há doação de tempo livre para a prática de ações sociais.

Com relação aos recursos destinados aos projetos, dentre 13 empresas que declararam os valores desembolsados, sete informaram haver investido menos de R\$ 10.000,00. O valor baixo dos investimentos nos projetos sociais teve como alegativa a contenção de despesas.

Em se tratando da inclusão da responsabilidade social na visão estratégica, o retorno foi positivo com 50% dos resultados favoráveis, porém 44% afirmaram não incluir a questão na visão estratégica e 6% não responderam.

Fica demonstrado que as empresas pesquisadas não desenvolvem trabalhos de conscientização da importância das ações e da responsabilidade social, mesmo naquelas que já desenvolvem trabalho do gênero. Na maioria não há abertura para discussões, debates ou até mesmo a difusão do tema. Apenas 14% da amostra considerada afirma desenvolver algum

programa de incentivo à conscientização social, onde os meios mais realizados são palestras e/ou reuniões, campanhas internas e debates.

A participação da administração superior nos projetos sociais é restrita ao nível gerencial, como planejamento e acompanhamento. Nenhuma empresa pesquisada destacou outro nível hierárquico de envolvimento na etapa de execução.

Quanto à área responsável pela execução dos projetos, o maior percentual ficou com a área de Recursos Humanos com 24%, seguida da diretoria com 19%, depois presidência e área de marketing, ambas com 14%. Outras citadas são instituição criada pela organização (instituição, fundação ou associação), comissão multidepartamental e por fim o comitê de empregados, todos com 5%, outros 14% apontaram outras alternativas não declaradas pela pesquisa.

Quanto à realização de parcerias com outras organizações, o percentual segundo o relatório é pequeno. Apenas 17% contam com o apoio de outras empresas. O restante age isoladamente (57%) ou simplesmente não respondeu (26%). Das que declararam realizar projetos em parcerias, observou-se que em 33% dos casos, ela ocorre entre empresas, seguida por parcerias estabelecidas com associações, clientes/fornecedores e órgãos não governamentais, com 22% cada.

No que se refere às atividades desenvolvidas nos programas de responsabilidade social implantados nas empresas, em primeiro lugar está a educação (ensino fundamental/médio/superior), em segundo lugar está a opção outros (especificar), não divulgada pela pesquisa, com um total de nove, logo depois vem a opção pelo meio ambiente, saúde, alfabetização, alimentação, assistência social e cultura.

Outros pontos foram abordados nesta pesquisa direcionados especificamente às empresas que declararam desenvolver algum trabalho social: tempo de implementação, número de funcionários envolvidos, custo dos projetos, número de beneficiários, caracterização dos beneficiários e regiões geográficas atendidas.

Com relação ao tempo verificou-se que somente 15% das empresas desenvolvem projetos sociais há mais de 10 anos, indicando claramente como o empresariado cearense tem pouco tempo de prática.

Os recursos disponibilizados mensalmente são baixos, somente supera R\$ 10.000,00 por mês em 16% das empresas que desenvolvem projetos sociais.

O relatório, realizado pela Empresa Júnior, analisa que em decorrência do baixo valor dos recursos aplicados, a quantidade de beneficiários é satisfatória, uma vez que em 39% dos casos, houve benefícios para mais de 100 pessoas.

Os beneficiários dos projetos são, a comunidade em geral como a maior beneficiária, com 22%, em seguida as crianças com 18%, os jovens, adultos e empregados da organização ficaram com 12% e ainda empregados da organização e seus familiares, mulheres e portadores de doença grave com 6% e com um percentual menor (3%) ficaram as famílias, idosos e portadores de deficiência. As populações negra e indígena não foram contempladas.

Em referência às áreas geográficas beneficiadas com os projetos sociais, a região metropolitana fica com 23%, depois Norte/Nordeste (15%) visto que algumas empresas atuam em outros estados e o Ceará com 8%. Outras 54% não especificaram.

Para novos projetos sociais, apenas 31% das que já desenvolvem os projetos, declararam intenções de desenvolver projetos sociais no futuro. 15% das empresas pretendem ampliar os já existentes. Somente 38% das empresas que desenvolvem projetos sociais elaboram relatórios periódicos, onde em 80% é a própria empresa que elabora os documentos, outros 20% não informaram a origem de tais relatórios.

A divulgação das ações sociais é feita por 62% das empresas nos últimos três anos. A forma de divulgação utilizada foi os jornais internos/informativos (33%), depois faixas/cartazes/ "outdoors" e jornais/ informativos de circulação externa, ambos com 17%. Das empresas que desenvolvem projetos sociais 85% mas somente 11% usam-no como meio de divulgação. 31% das empresas não tem bons olhos para a obrigatoriedade do balanço social, acham que a empresa deve decidir isto. Verificou-se ainda que 54% destas mesmas empresas usam o "marketing" social para divulgar suas atuações sociais, preocupadas em manter discrição.

Existem poucas pesquisas junto ao público objetivando mensurar a sua reação com a prática de responsabilidade social. O relatório cita que isto acontece pelo receio das ações serem vistas apenas como que para transparecer interesse comercial e, dessa forma, "arranhar" a imagem da empresa.

Por último foram questionadas sobre o Prêmio de Responsabilidade Social concedido pela Federação das Indústrias do Ceará, e apenas 13% das empresas conhecem e maioria (87%) manifestou desconhecimento ou não respondeu.

A análise final deste relatório indica ainda que há pouco interesse no meio empresarial cearense em desenvolver ações sociais e até conhecer o conceito e as vantagens da responsabilidade social. Existe um largo caminho a percorrer, e quem largar na frente com certeza só tem a ganhar, pois a prática passa a ser uma necessidade de autopreservação.

Outra dificuldade apontada neste relatório, que podemos observar é a falta de conhecimento sobre o assunto e principalmente sobre os conceitos de filantropia, responsabilidade social, ação social e cidadania.

2.2. BANCO BRASILEIRO DE DESCONTO S/A

“A verdadeira riqueza de uma pessoa é o bem que ela faz ao mundo”.

Maomé

2.2.1. FUNDAÇÃO

O BRADESCO – Banco Brasileiro de Descontos S/A foi fundado no dia 10 de Agosto de 1943 e nesta época os Bancos alimentavam o paradigma de que era preciso ser uma pessoa de posses para se ter uma conta bancária e os gerentes eram figuras que ficavam em suas salas, atrás das escrivaninhas, separados do público, assinando papéis e tomando decisões.

O Bradesco veio com a intenção de “quebrar” esta separação; o gerente deixou de ser o intocável para ser o amigo, auxiliando e trazendo comodidade a seus clientes.

A filosofia orientadora alimentada pelo fundador do Bradesco, Sr. Amador Aguiar é de que: “Toda pessoa tem direito a servir-se de um banco para administrar adequadamente o seu dinheiro e receber crédito num momento de necessidade. Todo cliente merece atenção. E pode falar com o gerente!”.

O Banco Brasileiro dos Dez Contos, como foi popularmente chamado por abrir suas portas às mais variadas classes de pessoas (desde o charreteiro ao prefeito da cidade), teve como primeiro endereço a cidade de Marília, interior de São Paulo, porém, rapidamente se expandiu.

Em meados de 1943 o país passou por uma transformação política que reduziu o poder da elite cafeeira e trouxe novos atores para o cenário político social do país: as massas urbanas. Esta década também foi marcada por diversos acontecimentos que determinaram o futuro do país, uma delas foi o avanço na industrialização.

Nas cidades, o rápido aumento da população tornou possível a formação de novos setores de produção, o número de estabelecimentos industriais saltou de 600 para 13mil; e o país contava, com cerca de 270 mil operários, concentrados principalmente em São Paulo.

Essa evolução econômica e social representava a transformação intensa de uma sociedade que, 30 anos antes, ainda baseava sua economia na utilização da força-de-trabalho escrava. Agora, a população urbana crescia rapidamente, e era quase totalmente constituída por trabalhadores assalariados: operários, empregados dos serviços urbanos e de instituições administrativas e financeiras.

Toda esta transformação serviu de palco para que o Bradesco viesse propor uma nova visão de banco; buscando melhorar e tornar acessível seus serviços à diversas classes operárias que surgiram no país.

Com a expansão da indústria de São de Paulo para outras regiões como Paraná e Santa Catarina, expandiu-se também o Bradesco, abrindo novas agências nestas regiões com o intuito de crescer juntamente com a economia do país.

2.2.2. BRADESCO 62 ANOS DE EXISTÊNCIA

No longo dos seus 62 anos o Bradesco vem incorporando outras instituições financeiras como: Banco de Crédito Nacional S/A, Continental Banco S/A, Banco Mercantil de São Paulo S/A, Adquire Ford Leasing S.A Arrendamento Mercantil, Carteira do CDC do Banco Ford S.A., Deutsche Banck Investimentos- DTVM S.A., Banco do Estado do Amazonas, Banco Espírito Santo S.A., Banco Cidade S.A., dentre outros.

Uma das principais características do Bradesco é o pioneirismo, como podemos acompanhar:

- Em 1946 começou a receber contas de luz, que até então, só podiam ser pagas no escritório da fornecedora;
- Em 1948 acontece o lançamento da primeira conta de Poupança do mercado com distribuição de “cofrinhos”;
- Em 1952 conquista a liderança do mercado financeiro privado;
- Em 1953 acontece a inauguração da Cidade de Deus;
- Em 1956 ofereceu o primeiro cheque especial no mercado;
- Em 1962 funda a primeira unidade da Fundação Bradesco;
- Em 1964 instala o Centro Eletrônico de Processamento de Dados;
- Em 1968 lançou o primeiro cartão de crédito, o primeiro do Brasil;
- Em 1970 inaugurou o primeiro terminal de auto-atendimento ao cliente;
- Em 1978 abre a milésima Agência do Bradesco em Chuí - RS;

- Em 1980 lança o Cartão Elo com a bandeira Visa. O Cartão Elo é emitido pelo Bradesco para diversos bancos associados;

- Em 1981 lança o Bradesco Instantâneo, o primeiro cartão magnético de operações bancárias em rede;

- A Bradesco Previdência Privada S.A. inicia suas operações;

- Em 1982 inaugurados o escritório em Londres, Inglaterra, e as agências em Nova York;

- É criado o Sistema de cobrança Escritural com processamento eletrônico que elimina a emissão de duplicatas e de outros documentos;

- Instala a primeira máquina de auto-atendimento (ATM - Automático Teller Machine) para saldos e consultas de dados.

- Em 1983 inaugura o museu Bradesco; Lança o Bradesco telecompras; Cria o primeiro sistema de home banking do Brasil;

- Em 1985 criou o primeiro SAC-Serviço de Atendimento ao Consumidor por telefone (antecedendo inclusive ao Código de Defesa do Consumidor);

- Em 1996 lançou o primeiro pontocom do País;

- Bradesco Internet Banking;

- Em 1997 adquiriu o Banco de Crédito Nacional S.A. (BCN);

- Introduziu a nova marca corporativa;

- Banco Itabanco S.A.;

- Banco de Crédito Real S.A. (Credireal);

- Em 1998 cria o primeiro programa de acesso ao computador para deficientes visuais;

- Adquire o Banco de Crédito Real S.A. (BCR);

- Em 2000 adquire o Banco das Nações S.A.;

- Banco Boa Vista Interatlântico S.A.;

- Em 2001 cria o Banco Postal/ Correios;

- Banque Banespa International S.A., em Luxemburgo;

- Em 2002 é o primeiro banco privado a atingir a marca de 13 milhões de clientes;

- Adquire Ford Leasing S.A. Arrendamento Mercantil;

- Banco Mercantil de São Paulo S.A. e controladas;

- Banco do Estado do Amazonas (BEA);

- Banco Espírito Santo S.A. (BES) (3%);

- Banco Cidade S.A.;

- Em 2003 inaugura a primeira agência do Banco Postal.

O modesto banco que em 1958 transmitia suas informações por código morse, foi se aprimorando e hoje conta com equipamentos de última geração, operando através de satélite e fibra óptica.

Desde o início de suas atividades o Bradesco procura estar atento às necessidades de seus clientes, inovando a cada dia os meios pelos quais executa seus serviços.

No governo Juscelino Kubistschek, o Plano Nacional de Desenvolvimento levou a economia a crescer 80% entre 1956 a 1961.

Foi uma época de prosperidade e o Bradesco tornou-se líder em sua área de atuação; crescendo a cada dia.

Podemos de fato, afirmar que existe uma identificação da marca Bradesco com os processos positivos da economia, como quando o Banco viabilizou investimentos de empresas para a ampliação de plantas industriais e para a criação de empregos. Ou para compra de casa própria, troca ou aquisição do primeiro automóvel, além de oferecer mecanismos para garantir o complemento da aposentadoria.

Hoje o Bradesco possui mais de 3.362 agências em todo o país, 06 agências no Exterior, sendo uma em Nova York (Bradesco), 04 em Grand Cayman (Bradesco, BCN, Mercantil e Banco Boavista) e 01 em Nassau, nas Bahamas (Banco Boavista), 07 subsidiárias no exterior o Bradesco, possui ainda 2.745 agências do Banco Postal, 1871 postos e pontos de atendimento bancário em Empresas e 1.755 pontos externos as redes BDN – Bradesco Dia e Noite.

A mais recente inovação é o Banco Postal; com parceria com os Correios, estará à disposição uma rede de mais de 6.240 mil postos dos correios que irão oferecer serviços financeiros básicos em todos os municípios brasileiros.

2.2.3. BRADESCO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Bradesco tem como missão empresarial promover práticas que favoreçam a sociedade, pois acredita que a função de uma empresa não se esgota em seus números, em seus negócios.

A organização Bradesco é a primeira entidade privada brasileira a desenvolver ações planejadas dentro do conceito de difusão da cidadania, mostrando sua importância e incentivando, nas comunidades carentes onde atua, práticas de elevação da qualidade dos indicadores sociais.

A fundação Bradesco, desde 1956 atua na área educacional, além da educação básica, levando ensino gratuito para crianças, jovens e adultos, alfabetizando ou ministrando cursos básicos de especialização. Com 39 escolas, 105.159 alunos que compreende educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e médio-profissionalizante, mais de 50 mil alunos recebem gratuitamente uniforme, material, merenda escolar e assistência médico-odontológica. A Fundação Bradesco mantém ainda cursos de educação profissional básica, especialização rápida, informática para deficientes visuais e alfabetização de adultos. O trabalho da entidade já mereceu o reconhecimento de várias instituições nacionais e internacionais, como o da Universidade de Harvard, que considera seu projeto referência mundial no Terceiro Setor.

Agora com a inauguração da escola no estado de Roraima, todos os estados brasileiros e DF possuem escola da Fundação Bradesco.

Porém o Bradesco não se limita ao ensino, beneficia também os esportes e a preservação do patrimônio nacional. Patrocina exposições artísticas, festivais para valorização das culturas regionais, além de projetos de solidariedade e voluntariado.

Para o Bradesco atender a todos os seus clientes é um dos requisitos primordiais como se preocupar no atendimento ao Deficiente Visual - Ao criar o acesso à Internet para deficientes visuais, o Bradesco torna-se um dos três premiados do Smithsonian Institution Awards (mais importante premiação americana concedida a soluções TI voltadas para o bem da humanidade) na categoria social da Tecnologia da Informação.

2.2.4. CÓDIGOS DE ÉTICA E REGULAMENTOS

Procurando aprimorar cada vez mais a transparência e a aplicação das melhores práticas de governamentais corporativa, o Bradesco institui Códigos de Ética e Regulamentos Internos.

Este novo procedimento visa a melhora constante na condução dos negócios e da política de relacionamento interno e externo.

O Código de Ética Corporativo vem afirmar os valores que o Bradesco possui para com os seus clientes, onde este é considerado como razão da existência da Organização.

Neste Código torna-se explícito o tipo de conduta pessoal e profissional que a organização espera de seus colaboradores em suas interações diárias.

No Código de Ética Setorial – Áreas de Adm. Contábil Financeira se define as responsabilidades e a postura dos colaboradores da Organização envolvidos nestas áreas.

O Regulamento do Comitê Executivo de Conduta Ética tem a função de aplicar os códigos anteriormente comentados, de forma a assegurar sua eficácia e efetividade.

O Regulamento da Comissão Interna de Certificação de Demonstrações e Informativos Financeiros trata da responsabilidade pela supervisão e implementação dos procedimentos e controles para certificação de informações contábeis, financeiras e societárias a serem divulgadas ao mercado.

Na busca incessante de defender seus valores instituídos desde a sua fundação, o Bradesco busca a cada dia a excelência em seus produtos e serviços visando a continuidade da Organização, sem deixar de lado sua principal meta que é a satisfação de seus clientes.

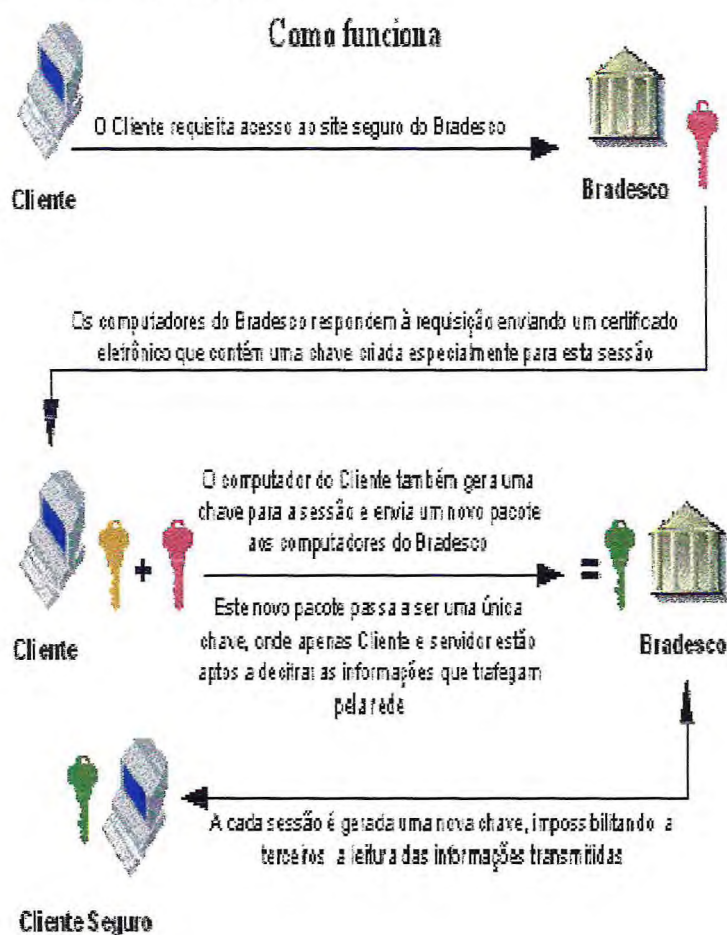
2.2.5. POLÍTICA DE SEGURANÇA

Este sistema utiliza os mais recentes desenvolvimentos na área de segurança para Internet e está apto a operar com as últimas versões dos navegadores (browsers) Netscape Communicator e Microsoft Internet Explorer, através da tecnologia SSL.

Considerações:

- * As informações transmitidas entre o Cliente e o Bradesco - Internet Banking são totalmente criptografadas.
- A cada acesso feito ao Bradesco - Internet Banking é gerada uma nova chave de criptografia, o que impede, assim, a manipulação dos dados por terceiros.
- * O Cliente saberá quando as informações estiverem sendo transmitidas em modo seguro por um ícone (chave) que surgirá no canto inferior esquerdo do navegador da Netscape. Já, no navegador da Microsoft, o ícone (cadeado) localiza-se no canto inferior direito.

Figura 1- Sistema de Segurança



Fonte : www.bradesco.com.br

2.2.6. DINÂMICA EMPRESARIAL

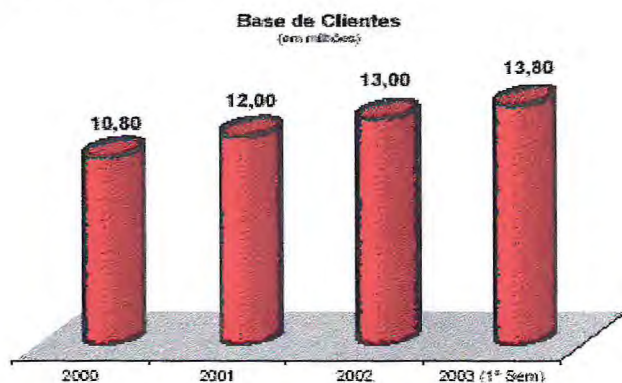
O Bradesco tem como foco a utilização de novas tecnologias que devem ser absorvidas e aplicadas com rapidez, pois fazem parte de sua tradição, buscando estar sempre à frente no mercado.

Por acreditar que a qualidade de trabalho é um fator diretamente ligado aos resultados da empresa, é usuário da filosofia empresarial que vê no funcionário, no seu bem-estar e no seu contínuo aprimoramento profissional e pessoal uma das fontes para a satisfação de seus clientes.

Em pesquisa realizada pelo Latim Finance (uma das principais revistas de economia e finanças com foco na América Latina) o Bradesco foi apontado como o melhor banco brasileiro de 2002 e maior banco privado da América do Sul.

O controle interno nesta instituição é orientado e supervisionado pelo Conselho de Administração, cabe a este analisar e aprovar os relatórios de conformidade dos controles internos. Possui ainda um Conselho Fiscal.

GRÁFICO 1 – Base de Clientes



Fonte- Dados do Bradesco S.A

Adotando a transparência como um de seus objetivos, procura divulgar e tornar acessível as suas situações patrimoniais, divulgando semestralmente suas demonstrações contábeis.

Focado na sua missão de captar recursos de quem quer poupar, para em seguida, distribuí-los para indústria, comércio, agricultura, exportações, construção civil e consumo de bens duráveis, entre outros, o Bradesco é propulsor do desenvolvimento econômico brasileiro.

2.2.7. MARKETING BRADESCO

O Bradesco procura através da valorização da imagem institucional da Organização promover a conquista e a fidelização do cliente, dando ênfase a fatores competitivos a qualidade dos seus produtos, a eficiência na prestação de serviços e a excelência no atendimento.

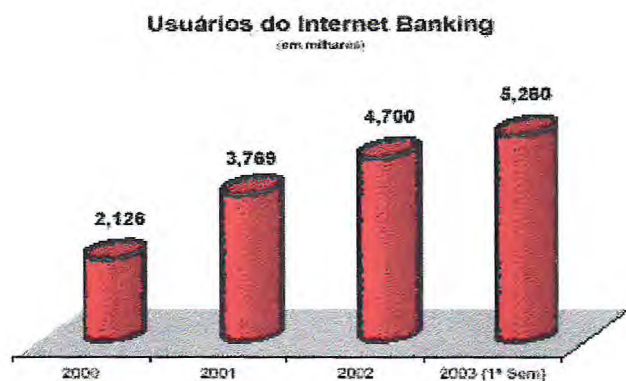
Em 1948 para incentivar a população a poupar, lançou a conta corrente popular e juvenil, a primeira do mercado distribuindo cofrinhos.

Foram, também distribuídos folhetos ilustrativos com os dizeres: “De vagar se vai ao longe...”.

Nos dias atuais, o simpático personagem lançado o “Mouse-Propaganda Chip”, foi criado a partir de modernas técnicas, para despertar o interesse do público ao mostrar como é fácil, simples e seguro utilizar o Bradesco Internet Banking para realizar as mais diversas transações financeiras além do fone fácil um produto destinado a clientela para efetuar suas

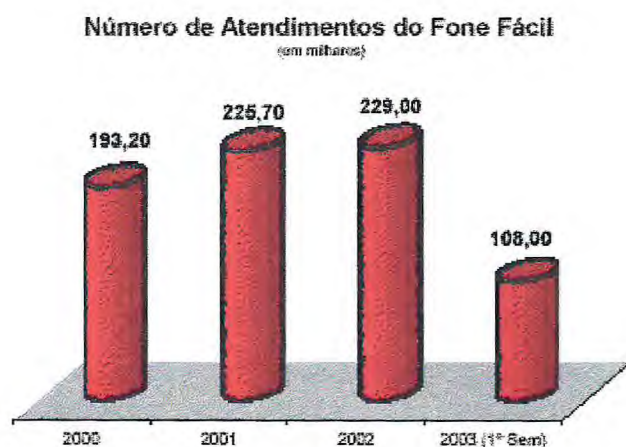
transações via telefone, como pode ser demonstrado nos gráficos os clientes vem utilizando os serviço agilizando assim seus negócios com o banco.

GRÁFICO 2 - Usuários do Internet Bank



Fonte- Dados do Bradesco S.A

GRÁFICO 3 - Número de atendimento do Fone Fácil



Fonte- Dados do Bradesco S.A

Esta ênfase ao marketing vem realçando o objetivo de assegurar, em todas as suas iniciativas, a crescente facilidade e comodidade que o Bradesco visa oferecer a seus clientes.

Em mais uma iniciativa pioneira na internet brasileira, o Bradesco lança o crédito pessoal on-line, produto que permite o cliente contratar empréstimo pessoal sem ter de ir a uma agência, acessando diretamente a home page do Banco ou o Shop Credit, site direcionado a empréstimos e financiamentos.

O Shop Credit e as agências oferece as seguintes linhas de crédito para Pessoa Física:

- Crédito Imobiliário
- Crédito Pessoal
- Cheque Especial

- Cheque Especial Bradesco – Conta VP (Vantagens Personalizadas)
- CDC – Financiamento de Bens
- Auto Crédito Bradesco
- Leasing
- Crédito Rural
- Finame

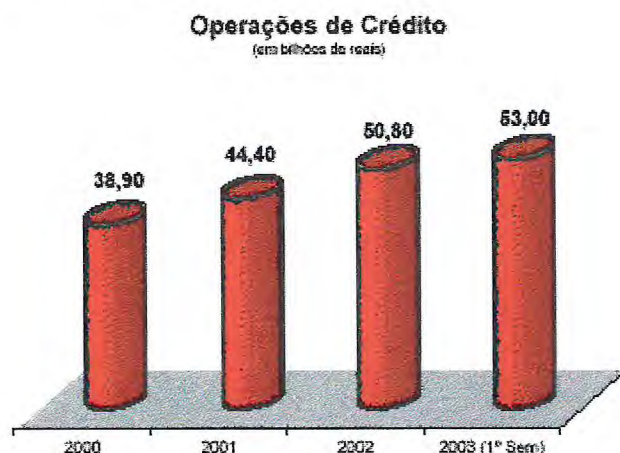
Linhas de Crédito para Pessoa Jurídica:

- CDC – Financiamento de Bens
- Capital de Giro
- Desconto
- Saque Fácil
- BNDES
- Vendor
- Comproar
- Crédito Rural
- Financiamento Imobiliário Bradesco
- Resolução 2770 (63) – O Bradesco capta recursos no exterior e repassa a empresa.

O Bradesco fortalece sua posição como um dos principais agentes na consolidação do crescimento da economia brasileira após a finalização do acordo para obtenção de uma linha de crédito junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) no valor de US\$ 180 milhões. Os recursos serão direcionados ao financiamento das exportações brasileiras, sobretudo dos pequenos e médios empresários.

A parceria com o desenvolvimento é uma de suas prioridades, o Bradesco é o líder do ranking de repasse de recursos do BNDES, com volume de R\$ 375 milhões, segundo dados de abril de 2003. O Banco é também o primeiro entre as instituições privadas na liberação de repasse de recursos do BNDES especialmente direcionados a micro e pequenos empresários. Ainda explorando o campo da internet possui também o ShopInvest, neste site seus clientes a tem comodidade de realizar seus investimentos sem sair de casa.

GRÁFICO 4 - Operações de Crédito



Fonte- Dados do Bradesco S.A

O ShopInvest detalha cada tipo de investimento oferecido, buscando trazer a segurança que todo investidor espera do seu banco.

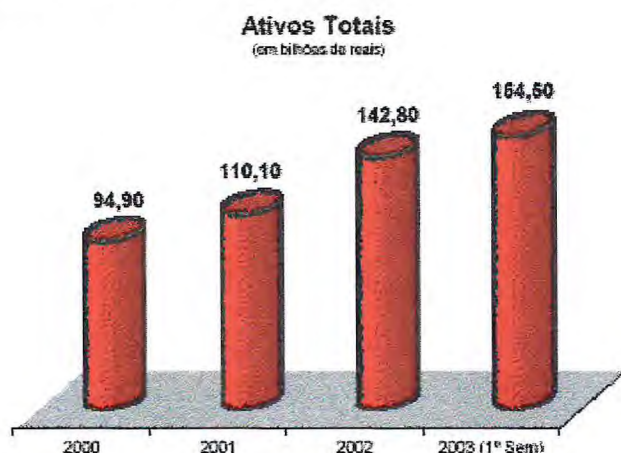
Os investimentos oferecidos neste site são:

- Ações de empresas negociadas no viva voz e no mega bolsa de valores;
- Capitalização;
- CDB;
- Fundos;
- Imóveis;
- Mercados Futuros;
- Poupança;
- Vida e Previdência;
- Seguros.

Com isso os ativos totais e os recursos captados e administrados vêm num crescente de acordo com o demonstrativo abaixo:

Procurando ainda exercitar o exomarketing, e inovando a cada dia, cria o Asian Disk, plataforma de operações coordenada por profissionais especializados na estruturação de soluções adequadas a clientes pessoa jurídica com interesses na Ásia. Outro lançamento bem-sucedido da atividade de consórcio é o início da vigência do acordo operacional com o UFJ, o terceiro maior banco japonês, para abrir o mercado chinês ao exportador.

GRÁFICO 5 - Ativos Totais



Fonte- Dados do Bradesco S.A

GRÁFICO 6 - Recursos Captados e Administrados

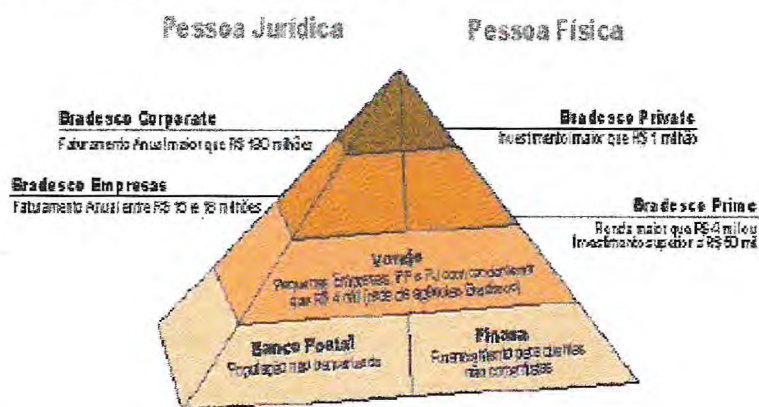


Fonte- Dados do Bradesco S.A

O SAC-Sistema de Atendimento ao consumidor do Bradesco, vem confirmar que o banco está realmente preocupado em corrigir suas falhas, abrindo espaço para ouvir o outro lado da “parceria”, não esquecendo de preparar os funcionários que irão desempenhar esta função, pois ela tem por objetivo sanar a insatisfação e não aumentá-la.

É importante salientar que todo este planejamento estratégico está estruturado para promoção da intermediação financeira da sociedade, é sua atividade núcleo, onde a seguir apresentaremos algumas das estratégias aplicadas para garantir o futuro da ampliar as fontes de receita da Organização e para agregar novos valores e negócios, mantendo rígido controle das despesas administrativas. E sem jamais esquecer sua responsabilidade de ser um dos fatores dinâmicos do crescimento econômico brasileiro.

GRÁFICO 7- Estratégias de organização



Fonte- Dados do Bradesco S.A

O Bradesco procura se adequar ao perfil do seu usuário (cliente), como podemos acompanhar:

1. **Bradesco Private** - Posicionado na administração dos recursos de pessoas com patrimônio sólido e alta possibilidade de excedente líquido. O serviço é prestado por uma equipe de profissionais altamente qualificados. Além da capacidade de montar fundos exclusivos direcionados a interesses específicos dos clientes, o Bradesco Private oferece um planejamento personalizado para aposentadoria, gestão patrimonial, planejamento sucessório e criação de empresas, entre outros. Em razão do nível de excelência desse segmento, em 2001 o Bradesco tornou-se o primeiro banco brasileiro a ter a área de Private certificada pelas normas da série ISSO 9001/2000.
2. **Bradesco Prime** – É um atendimento de base à clientes do banco com renda superior a R\$ 4mil ou com investimentos acima de R\$ 50 mil. Uma equipe de profissionais foi treinada com o objetivo de estreitar ainda mais o relacionamento com os clientes.O Bradesco Prime, dessa forma, contribui para a melhoria na qualidade do atendimento e para a evolução dos negócios do Banco.
3. **Bradesco Corporate** – É um Banco de soluções globais com atendimento direcionados as empresas de grande porte, já é a maior Corporate do país, está em fase de segmentação para melhor atender seus clientes criando estruturas como o Asian Desk e o Euro Desk para prospectar negócios em toda a Europa e atender as empresas instaladas no Brasil. O Bradesco Corporate conta com o apoio dos Departamentos de Mercado de Capiutais e de Operações Estruturadas, as duas áreas

disponibilizam algumas soluções financeiras sofisticadas quando necessário, como o hedge cambial e derivativos em geral. O grande diferencial do Bradesco Corporate é ter um Banco de soluções globais. A equipe tem mais de 110 profissionais, incluindo 50 gerentes especializados baseados em São Paulo. Há também plataformas distribuídas pelo Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Goiânia, Salvador, Recife, São José do Rio Preto, Joinville e Porto Alegre.

4. **Bradesco Empresas** – Voltado para o atendimento das empresas de médio porte. Essa clientela possui um espaço exclusivo para seu atendimento. As empresas de médio porte, que formam o chamado middle market, preferem se relacionar com o banco por meio de canais remotos de atendimento, como telefone, caixa automático e internet.
5. **Agências Convencional** – continuam a dar atendimento a todos os correntistas que não se enquadram nas segmentações acima, dando prioridade ao grande varejo e direcionando os clientes (pessoa física e pessoa jurídica) ao segmento compatíveis ao seu perfil.
6. **Banco Postal** - Em 2001 o Bradesco tornou-se parceiro dos Correios para a criação do Banco postal oferecendo serviços básicos em todos os municípios brasileiros. Hoje o Bradesco disponibiliza de 2.500 agências de Banco Postal, e até 12/2004 estarão com 6240 pontos de atendimento.
7. **Finasa** – criado a partir da aquisição do Banco Mercantil de São Paulo, a Finasa é responsável pelos financiamentos efetuados a não correntistas. É aí que toda a tecnologia do Bradesco faz a diferença. Outros fatores de atração são as taxas e as tarifas competitivas, solução rápida dos problemas, atendimento de qualidade e diversidade de produtos.

Com o objetivo de expandir-se a cada dia o Bradesco oferece uma série de serviços à seus clientes, tais como consórcio, cartões de crédito, seguros, contas a receber, serviço de apoio, contas a pagar, soluções RH/apoio administrativo dentre outros.

Contas a receber -

- Cobrança on-line – apresenta soluções ou agilidade, eficiência e segurança para todas as partes de qualquer setor de atividade;

- Cobrança escritural – tudo via sistema com rapidez incrível e segurança absoluta, se subdividem em :
 - cobrança escritural com débito automático.
 - cobrança escritural com rateio de créditos.
- Registro urgente – o Bradesco fornece papeletas semipreenchidas, para que a Empresa venda e já entregue a cobrança para o cliente;
- Cobrança Sem Registro – neste tipo de cobrança o Bradesco só toma contato com a operação quando o cliente paga a cobrança;
- Cobrança de Seguros – as cobranças podem ser preenchidas pela própria seguradora que permite a personalização com a inclusão de mensagens;
- RPB – Recebimento Programado Bradesco – cobrança ideal para clientes que vendem bens ou serviços com pagamentos parcelados, exemplo: clubes esportivos, escolas, associações...
- Débito Automático – modalidade de recebimento desenhada para concessionárias e operadoras de serviços, tais como: telefone, água, energia, etc.
- Depósitos Identificados – o cliente recebe depósitos e já fica sabendo quem enviou;
- Custódia de Cheques Pré-Datados – em vez de guardar os cheques pré-datados em casa ou no escritório o Bradesco faz o desconto e credita na conta corrente do cliente no devido vencimento;
- Bifax Bradesco – informações via fax da movimentação da carteira de cobrança de saldos, extratos, investimentos e comprovantes de documentos diretos de seu fax. Basta o cliente usar a senha de quatro dígitos e ligar para o número do telefone que está no canhoto do talão de cheques Bradesco.

Contas a pagar –

- Pagfor Bradesco – Pagamento Escritural a Fornecedores – é um sistema inteligente e informatizado que permite a empresa a efetuar todo tipo de pagamento a seus fornecedores;

- Pagamento Eletrônico de Cobrança – permite o agendamento e pagamento de títulos, tanto os emitidos pelo Bradesco como aqueles emitidos por outros Bancos;
- Débito Automático de Contas – modalidade de quitação ou contas de concessionárias e operadoras de serviços públicos;
- Pagamento Eletrônico ou Tributos – para pagar impostos, taxas, contribuições; Informações de saldos, extratos, investimentos e comprovantes de documentos diretos de seu fax. Basta o cliente usar a senha de quatro dígitos e ligar para o número do telefone que está no canhoto do talão de cheques Bradesco.
- Siscomex – para pagar o imposto de importação e o IPI vinculado para quem trabalha com importação sem nenhuma burocracia;
- Licenciamento Eletrônico de Veículos – nas agências Bradesco é informar o número do Renavan do veículo para obter informações do tipo de tributo e do valor devido, aí é só efetuar o pagamento;

2. Serviços de RH/Apoio Administrativo:

- Folha de Pagamento – o Banco credita na conta corrente dos funcionários os seus salários mensais e comissões.
- Conta Salário - pagamento de salário aos funcionários de baixa renda e de alta rotatividade sem a necessidade de ter uma conta corrente.
- Cartão funcionário viajante – empresas que possuem funcionários viajantes disponibilizam à seus funcionários um cartão para cobrir suas despesas, sem caracterizar adicional de salário.

3. Infocelular - informação do saldo direto para seu celular.

4. Infoemail Informações da sua Conta Corrente no seu e-mail, com a frequência que escolher e com toda a segurança.

5. BDN – Drive-Tur - Sem sair de seu carro, o cliente faz suas operações bancárias: saldos e extratos, investimentos, transferências, entre outras.

6. Consórcio – é um sistema pelo qual se administram os recursos financeiros de grupo de pessoas físicas ou jurídicas (correntistas do Banco ou não), com o objetivo de propiciar a seus integrantes a aquisição de bens móveis e imóveis.

7. Cartão de Crédito Bradesco – válido em todo Brasil, aceito em milhares de estabelecimentos, como lojas, hotéis, restaurantes, joalherias, dentre outros efetua saques emergenciais nas unidades BDN. Opção para pagar suas compras e despesas em até 40 dias sem juros ou parcelar em até 12 vezes no ato da compra (valor real acrescentado dos encargos devidos).
8. Alô Bradesco – Ouvir o cliente. Este é que faz o banco Bradesco estar a frente no atendimento e na tecnologia de ponta. O Banco utiliza este canal de comunicação aberto para atender reclamações, críticas ou receber sugestões sobre o trabalho de atendimento, produtos e serviços que o banco oferece.
9. Fone Fácil - tem uma central exclusiva que oferece atendimento com a garantia de rápido acesso e agilidade, contando com atendentes qualificados para dar soluções às demandas de serviços, consultas e transações financeiras, com a máxima eficiência e segurança, dia e noite, sete dias por semana.

Enfim o Banco Bradesco nada mais é do que:

- Maior banco privado do Brasil.
- R\$ 154 bilhões de ativos totais.-
- 13,8 milhões de clientes.
- 3.362 agências sendo a maior rede privada do Brasil.
- Líder privado em Internet Banking com 5,2 milhões de usuários.
- 2,3 milhões de acionistas.
- Maior rede de privada de auto - atendimento com 21.491 máquinas Bradesco dia e noite.
- R\$ 83,360 bilhões em recursos administrativos pelo BRAM.
- 36,9 bilhões de contas ou depósitos e crédito Bradesco.
- Maior empregador privado do Brasil.

Organizações que fazem parte do conselho ADM do Bradesco:

BCN - Integrado à Organização Bradesco a partir de 1997, o BCN é reconhecido como grande usuário da tecnologia do atendimento, destacando-se pela especialização em serviços estruturados, sob medida para as empresas de pequeno e médio portes.

Bradesco S.A. Corretora de Títulos e Valores Mobiliários - A Bradesco Corretora atua como intermediadora na compra e venda de ações de todas as empresas que participam do mercado acionário. Mantém expressiva atuação nos pregões da Bovespa - Bolsa de Valores de São Paulo, com crescente expansão das negociações pela Internet. Na BM&F -

Bolsa de Mercadorias e Futuros, ocupa o segundo lugar em volume de contratos negociados no ranking semestral.

Bradesco Seguros - Com sede no Rio de Janeiro, a Bradesco Seguros está entre as líderes do setor com atividade nos ramos de seguros, previdência privada aberta e capitalização. A Bradesco Seguros responde por uma fatia de 25% de participação no mercado em prêmios de seguros.

Seus principais produtos são:

- Seguro de automóveis.
- RCF = Responsabilidade Civil e Facultativa.
- Seguros de Danos Elementares.
- Seguro Saúde Bradesco.
- Previdência Complementar Aberta, Vida e Acidentes Pessoais.
- Bradesco Vida e Previdência - A Bradesco Vida e Previdência é especializada na elaboração, implantação e administração de planos individuais e empresariais de aposentadoria, pensão e pecúlio. Líder no mercado, com participação de 38,3% em receitas de Planos, a Bradesco Vida e Previdência reúne mais de 1,2 milhão de participantes, cerca de 34 mil empresas conveniadas e administra uma Carteira de Investimentos na ordem de R\$ 21 bilhões.

Bram - Bradesco Asset Management - A Bram - Bradesco Asset Management - é uma das maiores administradoras de recursos de terceiros do País, com mais de R\$ 83,360* bilhões sob gestão. A empresa foi constituída em abril de 2001, como resultado da consolidação das áreas de Asset do Bradesco, BES - Boavista Espírito Santo, BCN Alliance Capital e Bradesco Templeton.

No primeiro semestre de 2002, somaram - se aos recursos administrados pela BRAM os fundos e carteiras de investimento adquiridas do Deutsche Bank Investimentos DTVM, Banco Mercantil de São Paulo e Banco do Estado do Amazonas (BEA) e Banco Cidade.

Sua atuação é desenvolvida por equipe de profissionais focados no atendimento das demandas específicas de cada perfil de investidor por meio de estrutura especializada e alinhada com os mercados em que atua, como varejo, corporate, institucional e private.

2.2.8. RECURSOS HUMANOS E QUALIDADE

A busca continuada da especialização e qualidade no atendimento e prestação de serviços da entidade tem sido uma de suas prioridades.

O treinamento, qualificação e infra-estrutura adequada são ações rotineiras e intensivas no Bradesco, além do TreiNet-Treinamento por Meio da Internet, programa que tem proporcionado adquirir novos conhecimentos profissionais à distância devido, à sua versatilidade e o acesso aos cursos serem bem fáceis.

Em julho de 2003 o TreiNet alcançou a expressiva marca de 200 mil participações. Esses índices de adesões demonstram o reconhecimento dos funcionários da Organização para a importância da reciclagem, da especialização e do aprimoramento contínuo, fundamental para o desenvolvimento na carreira. Assim, automaticamente este fator de qualidade transfere-se imediatamente aos resultados da empresa.

Os funcionários podem averiguar a evolução e o uso intensivo de redes, graças a Internet ou e a intranet que possibilitou o acessando a página de treinamento. Os cursos contam com recursos de interatividade, mediação instrucional e acompanhamento remoto.

Entre os instrumentos de administração da política de recursos humanos encontram-se os benefícios voltados diretamente à melhoria da qualidade de vida, bem-estar e segurança dos funcionários e seus dependentes.

A organização Bradesco adota o plano de carreira, onde os funcionários são admitidos e sobem na hierarquia de acordo com critérios de mérito e desempenho.

A motivação é fortemente trabalhada para se alcançar à melhoria contínua da capacitação profissional. O objetivo final é diretamente ligado aos clientes, na forma de atendimento ágil, e dedicação por parte dos funcionários.

Outra política de recursos humanos adotada é a de tempo de permanência dos funcionários. Quase metade dos funcionários tem experiência superior a dez anos no Bradesco e em atividades do mercado financeiro.

O sistema de qualidade é o conjunto de normas que visa a excelência em produtos e serviços.

A série de Normas ISO 9000 se baseia nos princípios da administração da qualidade, que são:

- Organização Focada no Cliente;
- Liderança;
- Envolvimento das Pessoas;
- Abordagem por Processos;
- Abordagem Sistêmica da Administração;
- Melhoria Contínua;
- Decisões Baseadas em Fatos;

- Relacionamentos Mutuamente Benéficos com Fornecedores.

Após a definição e implantação de todos os passos acima, se tem a EGS (Estrutura Geral do Sistema) e com isto uma política de qualidade, a do Bradesco é:

“Qualidade no atendimento e melhoria contínua dos produtos e serviços”.

São realizadas auditorias periódicas no sistema da qualidade e caso haja não conformidades com grau de importância elevado, que comprometam a política estabelecida poderá ocorrer a perda da certificação ISO 9000.

O Bradesco possui certificação da ISO 9001 Produtos, e ISO 9002 Serviços.

3. METODOLOGIA

3.1. NOTAS SOBRE O MÉTODO

Discorreremos, nesse item, sobre a abordagem qualitativa.

Morse e Field (1995) apresentam uma definição detalhada de métodos qualitativos:

Métodos de pesquisa indutivos, holísticos, subjetivos e orientados para o processo, usados para compreender, interpretar, descrever e desenvolver teorias relativas a fenômenos ou a settings.

A metodologia qualitativa possibilita a investigação de conceitos, sentimentos e motivações que antecedem ou estão presentes no comportamento do indivíduo e na formação das representações sociais. Os resultados são apresentados em relatórios analíticos elaborados a partir do discurso produzido pelos entrevistados.

A pesquisa qualitativa tem como objetivo obter informações sobre os sentimentos, as atitudes e opiniões das pessoas. Indicam de maneira aprofundada as tendências do entrevistado em seus vários momentos decisórios. Na pesquisa qualitativa pode-se entender a relação do consumidor/ eleitor/ usuário sobre os produtos/ candidatos/ serviços, suas motivações de compra, consumo, escolha, com uma ótica bastante investigativa. Esse tipo de estudo requer análise mais interpretativa das informações colhidas, informações essas alcançadas através de técnicas psicológicas subjetivas que têm como intuito estimular o entrevistado a se afastar de seu discurso racional. Em um estudo qualitativo tenta-se alcançar o universo cognitivo do entrevistado.

O pesquisador qualitativo procura reduzir a distância entre a teoria e os dados, entre o contexto e a ação, usando a lógica da análise fenomenológica, isto é, da compreensão dos fenômenos pela sua descrição e interpretação. As experiências pessoais do pesquisador são elementos importantes na análise e compreensão dos fenômenos pela sua descrição e interpretação. As experiências pessoais do pesquisador são elementos importantes na análise e compreensão dos fenômenos estudados. A pesquisa qualitativa tem as seguintes características:

- Pesquisador observa os fatos sob a ótica de alguém interno à organização.
- A pesquisa busca uma profunda compreensão do contexto da situação.
- A pesquisa enfatiza o processo dos acontecimentos, isto é, a seqüência dos fatos ao longo do tempo.

- Enfoque da pesquisa é mais desestruturado, não há hipóteses fortes no início da pesquisa. Isso confere à pesquisa bastante flexibilidade.
- A pesquisa geralmente emprega mais de uma fonte de dados.

As dificuldades encontradas quando da opção pela pesquisa qualitativa ficam por conta do trabalho exaustivo necessário à coleta de dados; da grande quantidade de dados que podem ser coletados e, principalmente, pela falta de métodos estabelecidos para a análise dos dados coletados. Apesar disso, o enfoque qualitativo tem obtido crescente popularidade pelo seu caráter rico, holístico e "real".

Na pesquisa qualitativa, o social é visto como um mundo de significados passível de investigação e a linguagem dos atores sociais e suas práticas as matérias primas dessa abordagem. É o nível dos significados, motivos, aspirações, atitudes, crenças e valores, que se expressa pela linguagem comum e na vida cotidiana, o objeto da abordagem qualitativa.

O método qualitativo faz um RX do fenômeno e, com base na fenomenologia, etnografia ou no interacionismo simbólico. Investiga o mundo vivido pelos sujeitos considerados isoladamente o propósito de revelar os significados subjetivos na perspectiva dos sujeitos.

Compreende a prática artesanal da vida cotidiana, descrevendo o comum, o mágico, os rituais e tabus. Descreve ainda o comportamento humano a partir de suas interações sociais e o sentido simbólico. O método qualitativo faz um filme do real quando tem por base o materialismo dialético, por exemplo, e então: aponta a dinâmica do real.

Trata da coisa em si, e representação e a essência. Busca o concreto e mostra as contradições, querendo sempre conhecer as leis do movimento. Investiga e depois expõe, reproduzindo a realidade e partido da atividade prática, objetiva do homem. Visa a transformação e a mudança da realidade, além da totalidade dos fatos e a metafísica da vida cotidiana. A principal categoria da pesquisa qualitativa é a matéria, a consciência e a prática social.

A pesquisa qualitativa é multimetodológica quanto ao foco, envolvendo uma abordagem interpretativa e naturalística para seu assunto. Isto significa que os pesquisadores qualitativos estudam as coisas no seu habitat natural, tentando dar sentido ou interpretar fenômenos em termos dos significados que as pessoas lhes trazem (Denzin e Lincoln, 1994).

Bogdan e Biklen (1998) entendem a pesquisa qualitativa como aquela em que os pesquisadores tem como alvo o seguinte: "... melhor compreender o comportamento e a experiência humanos. Eles procuram entender o processo pelo qual as pessoas constroem

significados e descrevem o que são aqueles significados. Usam observação empírica porque é com os eventos concretos do comportamento humano que os investigadores podem pensar mais clara e profundamente sobre a condição humana".

3.2. LOCAL

A fundação Bradesco, desde 1956 atua na área educacional, além da educação básica, levando ensino gratuito para crianças, jovens e adultos, alfabetizando ou ministrando cursos básicos de especialização. Possui 40 escolas que compreende educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e médio-profissionalizante, mais de 50 mil alunos recebem gratuitamente uniforme, material, merenda escolar e assistência médico-odontológica. A Fundação Bradesco mantém ainda cursos de educação profissional básica, especialização rápida, informática para deficientes visuais e alfabetização de adultos.

O trabalho da entidade já mereceu o reconhecimento de várias instituições nacionais e internacionais, como o da Universidade de Harvard, que considera seu projeto referência mundial no Terceiro Setor.

Porém o Bradesco não se limita ao ensino, beneficia também os esportes e a preservação do patrimônio nacional. Patrocina exposições artísticas, festivais para valorização das culturas regionais, além de projetos de solidariedade e voluntariado.

Para o Bradesco atender a todos os seus clientes é um dos requisitos primordiais como se preocupar no atendimento ao Deficiente Visual - Ao criar o acesso à Internet para deficientes visuais, o Bradesco torna-se um dos três premiados do Smithsonian Institution Awards (mais importante premiação americana concedida a soluções TI voltadas para o bem da humanidade) na categoria social da Tecnologia da Informação.

Fundação Bradesco foi criada em 1956 por Amador Aguiar, com o objetivo de proporcionar educação e profissionalização às crianças, jovens e adultos. Inaugurou sua primeira escola em 29.06.62, na Cidade de Deus - Osasco/SP, com 300 alunos e 7 professores. Hoje são 40 escolas, com previsão de atendimento para 2004 de 107.479 alunos, em 26 estados brasileiros e no Distrito Federal. O museu do Bradesco resgata a história vitoriosa do Banco e a ação social da Fundação Bradesco.

As escolas constituem-se referência sócio/cultural para cada região. A comunidade vê na Fundação Bradesco possibilidades de ampliar horizontes de trabalho e de realizações. Em cada unidade multiplicam-se os princípios éticos que orientam ações coletivas e pessoais. As unidades destacam-se pela qualidade de trabalho e excelente infra-estrutura. Entende-se que

tudo isso justifique a grande procura de moradores da região por matrículas em todos os cursos.

A semente foi lançada há mais de quatro décadas. A Fundação hoje se afirma no consenso: educar é transformar vidas e abrir caminhos.

Há mais de 40 anos a Fundação Bradesco visita o amanhã, integrada ao hoje, inquieta e responsável, aliando ensino e qualidade de vida.

Essa tarefa demanda a afirmação de um conjunto de princípios educacionais e éticos que orientam ações pessoais e coletivas na condução do projeto maior que é a formação e profissionalização de muitos brasileiros, nos mais diversos recantos do país.

O que mantém seu trabalho vivo atual é o engajamento de seus educadores, amantes do desafio com fé ilimitada na possibilidade de mudar o mundo.

Desenvolve propostas pedagógicas que levam em conta as reflexões contemporâneas sobre educação, nos segmentos de educação básica, profissional e educação de jovens e adultos.

Procura implantar infra-estruturas que consideram os avanços tecnológicos modernos associados aos recursos de cada região onde estão suas escolas. Na cidade de Deus, em Osasco está seu núcleo administrativo/pedagógico que organiza, encaminha e acompanha a dinâmica de todo o sistema educacional.

Trata-se de um grupo de educadores, técnicos, supervisores, compondo a diretoria da Fundação e todo o corpo administrativo. São profissionais ativos, atentos, responsáveis pela gestão dos recursos, capacitação profissional e, sobretudo, pelo desenvolvimento de todo o projeto educativo.

São 40 escolas instaladas em 26 estados da Federação e no Distrito Federal.

Número de alunos atendidos em 2003:

Cursos - Nível de Ensino N° de Alunos % Sobre o total

Educação Infantil 3.371 3,19

Ensino Fundamental 29.612 28,02

Ensino Médio/Profissionalizante e Educação Profissional Técnica 16.119 15,26

Educação de Jovens e Adultos 20.725 19,61

Educação Profissional Básica 35.844 33,92

Total 105.671 100,00

Perfil dos Alunos N° de Alunos % sobre o total

Funcionários e Filhos de Funcionários 8.718 8,25

Filhos de Não-Funcionários 96.953 91,75

Total 105.671 100,00

Total Geral de Alunos Formados até 31/12/2003

Ensino Médio Profissionalizante 55.914

Ensino Fundamental 63.033

Educação Profissional Técnica 2.358

Demais Cursos 416.591

Total 537.896

Os últimos oito anos os recursos da Fundação Bradesco aplicados em educação são da ordem de R\$ 900,8 milhões, sendo que a previsão para o ano de 2005 é de R\$ 157,6 milhões.

Em 2004 foram atendidos 107.699 alunos, com o investimento de R\$ 156,6 milhões. Do total de alunos, 50.542 são da Educação Básica, incluindo a Educação Infantil, Ensino Fundamental, Ensino Médio e Educação Profissional Técnica. Os demais cursaram a Educação de Jovens e Adultos (via teleducação) e Educação Profissional Básica.

O índice de aprovação no Ensino Fundamental, Médio e Profissionalizante é significativo. A média dos últimos seis anos representou 95,7%.

Á mais de uma década a Fundação vem discutindo novas tendências pedagógicas, reformulando seus currículos, alicerçada nas demandas socioculturais do momento histórico em que vivemos.

Uma dessas demandas é a formação contínua dos educadores. A Fundação investe na atualização de seus profissionais, a partir do diálogo entre as pesquisas e teorias pedagógicas construídas na academia, na cultura das práticas docentes e no estudo de áreas afins, tais como sociologia, antropologia, psicologia etc, visando sempre à competência técnica dos profissionais.

Outra demanda é a garantia de espaços de diálogo na Instituição. A escola é considerada um lugar democrático e de interação ativa de todos os atores educativos. Valoriza, sobremaneira, a vivência de pais, educadores, professores, e todos os saberes que permeiam suas relações. Presta serviços à sociedade, procurando aproximar a questão profissional ao conhecimento científico.

Como terceira demanda e não última, propicia aos seus alunos o exercício da capacidade criativa, de liderança e desenvolvimento de suas potencialidades. Todos são estimulados a

participar ativamente da vida social e histórica. Os estudantes formam-se para atuar na dialética do mundo real contemporâneo, enquanto sujeitos políticos e produtivos.

A Fundação Bradesco os alunos interagem com o saber, elaborando e realizando projetos. O volume de conhecimentos tecnológicos e científicos desafia a organização do currículo. Uma das alternativas hoje para socialização de idéias e práticas da escola é trabalhar com projetos.

Essa estratégia requer registro do trabalho, organização das ações e definição de critérios de avaliação. Valoriza o planejamento de professores e dos seus objetivos, atribui significado à participação dos alunos que aprendem a pensar ativamente suas ações na interação com os diversos saberes.

Na elaboração de projetos, o aluno, por exemplo, escolhe o que vai ser produzido, enquanto forma o processo de produção; elabora o cronograma e as etapas de trabalho; providencia recursos que serão necessários; identifica os prováveis conteúdos que deverão ser estudados; avalia seus encaminhamentos e a diferença entre o que foi imaginado e o que foi concretizado, destacando propostas para aperfeiçoar-se no futuro.

O projeto leva em conta experiências, atividades práticas, interesses.

Faz parte do trabalho do professor considerar o envolvimento prévio e contínuo do aluno ao longo de seus estudos, e a utilidade dos conhecimentos e das informações que adquire no processo. As escolas vêm gestando projetos inovadores, criativos que lançam novos desafios.

A Fundação conta hoje com mais um diferencial. É parceira de importantes instituições. Profissionais, empresas, universidades, organizações apóiam e facilitam-lhe o trabalho, respeitando a identidade do seu sistema educacional. Encaminham-se reflexões conjuntas num tempo de tantas demandas sociais em que se questionam valores e paradigmas.

Ansiedades e perplexidades são desenhadas, na busca de aprimoramento. As parcerias representam para a Fundação apoio e segurança.

Alguns parceiros:

Aban

Micropower

Cisco

Intel

Canal Futura

Instituto Plural

Projeto Cidade Escola Aprendiz

Diretoria de Ensino de Osasco

Exército Brasileiro/Comando Militar do Sudeste

Alfabetização Solidária

Microsoft

O projeto pedagógico caracteriza-se, sobretudo, por apresentar muitas fases, envolvendo várias dimensões.

Cumprindo seu papel de mobilizadora, instrumentalizadora e gerenciadora de meios que favorecem a aprendizagem, a Fundação Bradesco publica e multiplica materiais construídos no cotidiano das escolas e também produzidos na formação continuada de professores.

Sabe-se que o espaço de capacitação permanente dos educadores é a escola. A comunidade escolar, formada por alunos, professores, diretores, orientadores e funcionários é capaz de produzir textos vividos nas experiências que valem a pena ser contadas. No dia-a-dia todos são orientados a estudar, pesquisar e experimentar.

Para que tenham clareza em suas práticas sobre pressupostos teóricos que os fundamentam, há sempre a possibilidade de trocas com assessores, profissionais reconhecidamente competentes, de universidades e de outras instituições. A inserção dialética de muitos saberes, produz rico material para estudos à disposição dos educadores.

Compreendemos a grandeza de um projeto educacional quando se superam as dimensões individuais e começa a delinear-se o contorno do sonho de muita gente.

O reconhecimento do trabalho da Fundação Bradesco repercute hoje no Brasil e no mundo. O elenco de prêmios que vem recebendo é motivo de grande realização para quem, há tantos anos, se envolve em um dos mais complexos desafios: contribuir para a educação do País.

FUNDAÇÃO BRADESCO – CEARÁ

A entrevista foi realizada na Escola de Educação Básica e Profissional Fundação Bradesco, que foi inaugurada em 09/04/1990 e está instalado em Jurema, distrito de Caucaia, no Ceará. Investe numa proposta educacional que procura promover o exercício da criatividade, da liderança e da capacidade de intervenção nas relações sociais. Tudo isso com um objetivo muito bem definido: propiciar ao aluno um espaço de formação e informação em que ele possa desenvolver habilidades e competências na prática profissional e melhorar a qualidade de vida.

A escola mantém os cursos de Educação Básica: Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio; Curso de Educação de Jovens e Adultos modalidade Suplência do Ensino Fundamental e Médio via Teleducação e Alfabetização de Jovens e Adultos.

Caucaia fica na região metropolitana de Fortaleza-CE, sua população é de 250.246 habitantes e está a 22Km do centro da capital cearense.

Estão lá algumas das mais belas praias cearenses, preferidas pelos turistas: Cumbuco, Icaraí, Tabuba, Iparana, Barra do Cauipe. Há também mangues, dunas e lagoas, famosos por sua beleza exuberante.

Para a comunidade há cursos de Noções Básicas de Gestão e Administração, Introdução ao Marketing, Vendas, Marketing de Serviços, Auxiliar de Cabeleireiro, Cortes de Cabelo, Instalações Elétricas Residenciais, Cestaria em Jornal, Desenho e Pintura em Tela, Princípios Básicos de Cozinha, Bolos e Confeitarias, Introdução à Microinformática, Windows, Word, Excel, Access, e Informática para portadores de deficiência visual.

A escola oferece aos alunos egressos do Ensino Médio Qualificação Profissional de Assistente Administrativo na Área de Gestão.

O aluno desenvolve uma visão integrada do processo de gestão e de suas relações com as outras áreas do conhecimento. Além disso, domina atividades de suporte e apoio administrativo nas organizações e conhece noções básicas das áreas funcionais de gestão para futuras escolhas profissionais.

As estatísticas são:

Educação Básica: 1.050

Educação Infantil: 70

Ensino Fundamental: 680

Ensino Médio: 300

Educação Profissional Técnica: 100

Qualificação Profissional de Assistente Administrativo: 100

Educação de Jovens e Adultos: 280

1ª a 4ª: 40

5ª a 8ª: 160

Ensino Médio: 80

Educação Profissional Básica: 710

Informática: 250

Outros cursos: 460

3.3. SUJEITOS

Para o pesquisador qualitativo não bastam os fatos (os dados), mas é preciso a imaginação (a interpretação) para compreender o que eles querem dizer para os indivíduos e para a cultura.

A pesquisa de campo foi realizada com 7 funcionários da Escola Básica e Profissional Fundação Bradesco que está instalada em Jurema, distrito de Caucaia, no Ceará.

Os entrevistados foram:

NOME	SEXO	IDADE	CARGO	TEMPO DE EMPRESA
R. M.	Feminino	35	Inspetora de Alunos	2 anos
E. C.	Feminino	34	Professora	11 anos
J. C. S.	Feminino	39	Professora	15 anos
A. S.	Feminino	39	Chefe de Serviços	15 anos
M. R.	Masculino	29	Encarregado da Manutenção	4 anos
J. C.	Masculino	46	Escriturário	15 anos
J. O.	Masculino	41	Professor	11 anos

3.4. INSTRUMENTO

O método utilizado na realização desse trabalho foi a metodologia qualitativa e a técnica usada foi a entrevista semi-dirigida, aplicada na Fundação Bradesco localizada em Jurema, distrito de Caucaia, no Ceará.

Segundo Minayo (1992) entrevista é um instrumento de coleta de dados que se caracteriza pela interação entre entrevistador e entrevistado, onde o primeiro tem por objetivo a obtenção de informações por parte do segundo.

3.5. PROCEDIMENTO

Para o melhor desenvolvimento da monografia, buscou-se, inicialmente, a seleção de referências bibliográficas para se ter o conhecimento teórico necessário dos principais conceitos relacionados ao assunto abordado. E, em seguida, foi realizada uma pesquisa de campo.

O levantamento dos dados foi realizado através de uma entrevista com sete perguntas abertas (ANEXO II)

O questionário foi aplicado a sete funcionários da empresa, sendo estes 3 professores, 1 inspetora de alunos, 1 escriturário, 1 chefe de manutenção e 1 chefe de serviços.

O período de coleta dos dados foi durante o mês de maio de 2005.

De posse dos dados da pesquisa, foi apresentada uma análise interpretativa, baseando-se na fundamentação teórica dos conceitos da literatura revisada.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A entrevista foi realizada na Fundação Bradesco com o intuito de obter informações com relação ao nível de comprometimento dos funcionários com os projetos praticados pela empresa. Para a realização da pesquisa foi aplicada uma entrevista semi-dirigida, conforme anexo II. A primeira parte da pesquisa compreendeu aspectos relacionados a dados de identificação e a segunda parte questionamentos referentes à responsabilidade social.

A quantidade de pessoas entrevistadas foram 7, sendo estas, 3 professores, 1 inspetora de alunos, 1 chefe de serviços, 1 escriturário e 1 chefe de manutenção. Quatro destas pessoas são do sexo feminino e 03 do sexo masculino. A faixa etária dos entrevistados fica entre 29 e 46 anos.

A seguir, dados relacionados à segunda parte da entrevista:

1. O QUE VOCÊ ENTENDE POR RESPONSABILIDADE SOCIAL?

J.C. - Compromisso que as grandes empresas têm com a comunidade carente de promover a inclusão social junto à população socioeconômica desfavorecida por meio da educação.

J.O. - É uma forma de gestão empresarial que se define pela relação entre a empresa, o meio ambiente e com o público com o qual se relaciona, através do estabelecimento de metas que busquem um planejamento ambiental sustentável e a redução das desigualdades sociais.

J.C.S. - Fazer parte da vida na sociedade de forma efetiva, compartilhando habilidades, experiências, disponibilizando tempo para ações sociais.

E.C. - Deixar de culpar só o governo e assumir o compromisso com a melhoria de qualidade de vida do ser humano.

M.R. - É um ato do qual pessoas são assistidas pelo governo ou por instituições privadas prestando serviços sociais e filantrópicos a determinados indivíduos ou comunidade.

A.S. - É a compreensão de que todos são responsáveis de promover condições de vida digna.

R.M.A. - É algo que todos nós devemos abraçar. É bonito o que o Bradesco faz em colocar escolas para as crianças carentes.

Os entrevistados entendem a importância da responsabilidade social. Eles a definem como o meio que as empresas possuem de ajudar as comunidades menos favorecidas,

ressaltando que não apenas as empresas, mas também que cada indivíduo pode contribuir para uma sociedade igualitária.

Todos os entrevistados definem responsabilidade social ressaltando apenas a responsabilidade externa, o que nos leva a deduzir a falta de conhecimento dos funcionários sobre a responsabilidade social interna.

A responsabilidade social pode ser considerada como o grau em que os administradores de uma organização realizam atividades que protejam e melhorem a sociedade além do exigido para atender aos interesses econômicos e técnicos da organização. Não bastam doações financeiras, a empresa moderna tem de desenvolver estratégias de atuação integradas ao mercado em que atuam e que efetivamente revertam em benefícios para o social.

De acordo com Melo Neto e Froes (2001) a responsabilidade social interna compreende os funcionários e dependentes com ações voltadas para programas de investimentos no bem estar de ambos (programas de remuneração e participação nos resultados, assistência médica, social, odontológica, alimentar e de transporte) e para programas de qualificação dos empregados (programas internos de treinamento e capacitação e projetos de financiamento de cursos externos com vistas a sua maior qualificação profissional).

2. VOCÊ PARTICIPA DE ALGUM TRABALHO VOLUNTÁRIO? ONDE? POR QUÊ?

J.C. - Sim. Na própria Fundação Bradesco. Porque me sinto comprometido com a comunidade carente.

J.O. – Sim. Na própria Fundação Bradesco em eventos como o Dia do Voluntário em março, dia das crianças e dia do ancião. Devido a compreensão da necessidade de doar um pouco do nosso tempo e conhecimento para ajudar pessoas e setores da sociedade menos favorecidos.

J.C.S. – Doação mensal de cesta básica a uma família carente; pagamento mensal de conta de água e/ou luz de uma família carente; e doações de roupas usadas a crianças dessas famílias. Porque me sinto bem em ajudar ao próximo.

E.C. – Sim. Na própria instituição. Porque acredito que todos nós podemos dar nossa parcela de contribuição.

M.R. – Sim. Na Fundação Bradesco, uma vez por ano. Pois temos o nosso dia do voluntariado envolvendo nossas 40 escolas espalhadas pelo país.

A.C. – Sim. Na Fundação Bradesco, na paróquia e na comunidade onde resido. Porque servir ao outro faz bem, nos dá uma sensação de igualdade.

R.M. – Sim. Na escola, todos os anos. Porque gosto de ser voluntária.

Na própria Fundação há a comemoração do dia do voluntariado, onde os setes entrevistados afirmam participar. Dois funcionários participam também de trabalhos voluntários nas paróquias e comunidades onde residem.

"Voluntário é o cidadão que, motivado pelos valores de participação e solidariedade, doa seu tempo, trabalho e talento, de maneira espontânea e não remunerada, para causas de interesse social e comunitário". (Definição do Programa Voluntários)

Neste sentido, a ação voluntária não substitui o Estado nem se choca com o trabalho remunerado. Exprime, isto sim, a capacidade da sociedade de assumir responsabilidades e agir por si mesma. Voluntariado não é só o trabalho assistencial de apoio aos grupos mais vulneráveis da população. Inclui as múltiplas iniciativas dos cidadãos nas áreas de cultura, defesa de direitos, meio ambiente, esporte e lazer.

Trabalho voluntário hoje é uma via de mão dupla: não só generosidade e doação, mas também abertura para novas experiências, oportunidade de aprendizado, prazer de se sentir útil, criação de novos vínculos de pertencimento, afirmação do sentido comunitário.

3. COMO VOCÊ VÊ A INICIATIVA DO BANCO BRADESCO, UMA EMPRESA PRIVADA, EM AJUDAR A COMUNIDADE ATRAVÉS DA FUNDAÇÃO BRADESCO?

J.C. – Um exemplo a ser seguido por outras organizações. Ajudando assim as comunidades carentes a obter seu espaço na sociedade.

J.O. - É um projeto grandioso que tem contribuído muito para a inclusão social de muitas pessoas do entorno de cada unidade escolar. Considerar que todas as unidades escolas da Fundação Bradesco estão situadas em áreas periféricas dos grandes centros urbanos, onde os problemas sociais são bem maiores.

J.C.S. - De uma iniciativa louvável, pois mesmo sabendo das responsabilidades governamentais, temos, de alguma forma, que participar da ação social.

E.C. - Uma responsabilidade social assumida e cumprida.

M.R. - Vejo uma iniciativa aplausiva e, acho também, que todas as empresas deveriam fazer o mesmo para melhor servir a comunidade de suas necessidades.

A.S. – Visto que o Banco só tem o lucro através dos serviços prestados, nada mais justo que devolver em forma de ação social.

R.M. – Uma boa ação que o banco tem com os menos favorecidos.

De acordo com Davis (1975) a empresa traz para a sociedade alguns custos decorrentes de suas atividades e que, por isso mesmo, tem responsabilidade direta e condições de abordar muitos dos problemas que atingem a sociedade.

A responsabilidade social constitui-se em um excelente instrumento para mostrar à sociedade, a preocupação da empresa para com o bem-estar da coletividade, assim como o compromisso para a melhoria da qualidade de vida deles.

Segundo Zambelli (2005): “Uma empresa cidadã tem, no seu compromisso com a promoção da cidadania e o desenvolvimento da comunidade, o seu diferencial competitivo, buscando, desta forma, ser uma organização que investe recursos financeiros, tecnológicos e mão-de-obra em projetos de interesse público. É uma organização que cria um ambiente agradável de trabalho, valorizando seus recursos humanos, e é capaz de desenvolver um modelo de gestão integrado, onde as pessoas têm um e papel decisivo no seu compromisso com relação à comunidade e a sociedade em geral. E, ainda, é uma empresa que se organiza e constrói maneiras alternativas de participar, conviver e viver melhor”.

4. A FUNDAÇÃO BRADESCO INVESTE EM SEUS FUNCIONÁRIOS ATRAVÉS DE CURSOS OU SEMINÁRIOS?

J.C. - Sim. Há reuniões e cursos através de vídeo-conferências.

J.O. - Sim

- Planejamentos coletivos semanais;
- Reuniões pedagógicas bimestrais;
- Vídeo conferência;
- Encontros de formação na matriz e
- Cursos virtuais.

J.C.S. - Sim. Temos o privilégio de estar sempre numa efetiva formação continuada; como profissional comprometido que somos, nos é muito válido esse investimento.

E.C. - Constantemente. Acredito que o profissional da Fundação é privilegiado no sentido da formação contínua.

M.R. - Sim. Através de cursos e seminários.

A.C. - Sim. Reuniões e cursos.

R.M. - Sim. Os cursos que a Fundação oferece todos os funcionários podem fazer, desde que não atrapalhe o horário de trabalho.

A empresa oferece cursos e seminários a todos os funcionários. Na Fundação Bradesco há uma constante formação profissional.

Segundo o Instituto Ethos a dimensão interna da responsabilidade é fundamental: "A empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores, consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da OIT (Organização Internacional do Trabalho), ainda que esse seja um pressuposto indispensável. Mas a empresa deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho...".

Uma empresa socialmente responsável não pode limitar-se apenas ao cumprimento das leis do trabalho, deve, além disso, alinhar as suas metas aos interesses dos seus trabalhadores. É imprescindível haver investimentos no aperfeiçoamento de seus empregados, na otimização das condições de trabalho, no inter-relacionamento de todos e na fomentação do interesse dos empregados em participarem mais diretamente nas atividades da empresa, respeitando o livre arbítrio e as características de cada indivíduo.

A valorização de iniciativas dos empregados em colaborar para a descoberta de soluções para a empresa, que se denomina como gestão participativa, traz consigo diversas vantagens para a mesma, pois amplia o senso de importância dos funcionários perante as atividades empresariais, cria uma sinergia entre os objetivos dos empregados e os da empresa possibilitando o crescimento do profissionalismo e comprometimento dos envolvidos.

A formação abrangente aos empregados, a progressão na carreira e aconselhamento em suas decisões, a criação de programas assistenciais para os empregados, a formação de interesse na recuperação de funcionários que tenham problemas de álcool e drogas, são algumas outras atividades socialmente responsáveis que uma empresa pode assumir.

A responsabilidade social com seus empregados favorece a criação de um ambiente de trabalho mais saudável na própria empresa, resultando em maior produtividade, comprometimento e motivação. Assim a empresa ganha em capacidade de recrutamento e

manutenção de talentos, fator preponderante para o sucesso em seus empreendimentos numa época em que se valoriza a criatividade e a inteligência.

5. COMO VOCÊ SE SENTE EM TRABALHAR EM UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL?

J.C. - É muito gratificante. Ajudar o próximo é um dever de todos.

J.O. - Bem. Principalmente por está ajudando a setores e pessoas desfavorecidos socialmente.

J.C.S. - Como já citei, privilegiada e em constante formação profissional e pessoal.

E.C. - Em uma parceria.

M.R. - Gratificado e feliz por fazer parte dela.

A.C. - Sinto-me realiza profissionalmente. A Fundação Bradesco é uma instituição que prepara para a vida.

R.M. - Eu gosto bastante do meu trabalho e da Fundação Bradesco.

A pesquisa constatou que os entrevistados gostam de trabalhar na Fundação, tanto pelos benefícios internos que a empresa oferece como também pela oportunidade de ajudar crianças de comunidades carentes. Há um sentimento de parceria entre os funcionários e a empresa. Eles se sentem comprometidos com as ações sociais que a empresa pratica.

A prática da responsabilidade social revela-se internamente na construção de um ambiente de trabalho saudável e propício à realização profissional e pessoal dos indivíduos. Com isso, as pessoas podem ficar mais motivadas e passar a ajudar outras, seja na integração dos funcionários dentro da empresa ou fora, no âmbito familiar, além de trazer mais confiança, segurança e possibilidade de descobrir líderes e do orgulho que os funcionários podem passar a sentir por trabalhar numa empresa desta natureza ou participar de causas sociais.

6. TRABALHAR NA FUNDAÇÃO BRADESCO AJUDOU NO SEU DESENVOLVIMENTO HUMANITÁRIO? TROUXE ALGUM BENEFÍCIO NA SUA VIDA PESSOAL?

J.C. - Sim. Aprendi a ver a realidade da vida mais de perto. Aprendi a ser mais solidário.

J.O. - Sim. Nos mostra as muitas possibilidades que temos para contribuir para uma sociedade mais justa.

J.C.S. - Com certeza. Tenho, a cada dia, descoberto habilidades e competências na minha prática profissional e pessoal.

E.C. - Sim. Possibilitou me expressar e ver que é possível melhorar sempre, superando meus próprios limites.

M.R. - Sim. Tornei-me um profissional mais responsável com uma visão mais voltada para o bem estar social.

A.S. - Sim. Pude enriquecer meus conhecimentos, ampliar horizontes.

R.M. - Sim. Ajudou-me a ser mais solidária com as pessoas. Hoje me relaciono melhor com minha família, vejo que todos nós somos capazes de construir uma sociedade melhor, mais justa.

A pesquisa constatou que trabalhar na Fundação Bradesco ajudou os funcionários entrevistados no seu desenvolvimento humanitário. Palavras como solidariedade, igualdade e voluntariado passaram a ser uma constatare na vida deles.

É absolutamente urgente que os valores éticos (responsabilidade, honestidade e busca de transparências) estejam consolidados, tanto no público como no privado, de modo que a ética se concretize, não apenas nos valores citados, mas no esforço corporativo da igualdade social. Portanto consideramos que o conceito de responsabilidade social das empresas deva constituir-se de princípios éticos e de estratégias que possibilitem o desenvolvimento social numa relação homem/natureza que seja capaz de responder o reordenamento de uma sociedade mais justa e humanizada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A responsabilidade social é uma preocupação que traz resultados positivos para a comunidade, para os funcionários, para o governo e, principalmente, para a empresa que consegue contribuir, por exemplo, para a melhoria da sociedade e sua imagem corporativa.

Os ganhos empresariais obtidos a partir da responsabilidade social são passíveis de se revestir de um valor econômico direto. Embora a primeira obrigação das empresas seja a obtenção de lucros, estas podem, ao mesmo tempo, contribuir para o cumprimento de objetivos sociais e ambientais mediante a integração da responsabilidade social, enquanto investimento estratégico, no núcleo da sua estratégia empresarial, nos seus instrumentos de gestão e nas suas operações. Assim, a responsabilidade social de uma empresa deve ser considerada como um investimento, e não como um encargo.

Demonstrar comprometimento social deixou de ter uma conotação puramente filantrópica e ganhou dimensão estratégica para as empresas, uma espécie de garantia de sucesso econômico no longo prazo. Atualmente, uma das condições para a empresa obter lucro e ser competitiva é relacionar sua marca a conceitos e valores éticos. Afinal, para conquistar o consumidor, que exerce com mais consciência a sua cidadania, as organizações precisam comprovar que adotam uma postura correta, tanto na relação com funcionários, consumidores, fornecedores e clientes, como no que diz respeito às leis, aos direitos humanos e ao meio-ambiente.

O grande foco atual, independente das adversidades, é a construção de uma nação sem excluídos. Talvez este foco seja utópico, entretanto, é imperativo que a distância entre o Brasil rico e o Brasil desigual diminua. O fato dos órgãos governamentais não atenderem aos anseios da sociedade abre um importante espaço para a formação de parcerias entre o governo e as empresas privadas no intuito de assumir e implementar ações de responsabilidade social.

As enormes carências e desigualdades sociais existentes em nosso país dão à responsabilidade social empresarial relevância ainda maior. A sociedade brasileira espera que as empresas cumpram um novo papel no processo de desenvolvimento: sejam agentes de uma nova cultura, sejam atores de mudança social e sejam também construtores de uma sociedade melhor.

A empresa pesquisada demonstra estar aberta e sensível a esse novo contexto social.

Com base no estudo realizado, fica evidente que exercer a responsabilidade social é uma oportunidade que a empresa de tem melhorar o seu relacionamento com seu público interno, sociedade e meio ambiente. Uma postura que tem como objetivo contribuir com o

desenvolvimento social e econômico e investir na sua própria sobrevivência.

O trabalho partiu do pressuposto inicial do frágil nível de criticidade e compromisso social que os funcionários teriam no que tange à responsabilidade social da empresa com a comunidade. Ao longo do trabalho este pressuposto alterou-se em função das pesquisas realizadas e concluímos que os funcionários estão comprometidos com as ações sociais praticadas pela empresa. Eles têm consciência de que seu trabalho ajuda a pessoas menos favorecidas, e se sentem gratificados com isso. A monografia foi desdobrada em cinco partes, já apresentadas. O pressuposto inicial, contudo, foi negado, considerando a pesquisa realizada. No resultado e discussão dos dados vimos que os funcionários têm conhecimento sobre o assunto abordado e possuem consciência da importância do trabalho que desenvolvem para o bem da sociedade.

Constatou-se, porém, o alto envolvimento dos funcionários na execução dos projetos sociais voltados para o público externo, favorecendo o fato de que é só reunir poucos esforços e a prática da responsabilidade social envolvendo as suas várias dimensões pode facilmente ser implementada. É necessário, contudo, dar o pontapé inicial e envolver principalmente a sua área de Desenvolvimento Humano e as suas lideranças, elaborar um planejamento bem direcionado e de atuação dos responsáveis, para que se possa medir e garantir resultados satisfatórios.

Pensamos que a responsabilidade social é um processo permanente, de longo prazo e com razões bem definidas. O tema é bastante complexo e é importante ressaltar novamente que uma gestão com responsabilidade social não é um mero modismo da atualidade, é uma questão de adaptação às novas regras de convivência, que somente empresas com esta preocupação na construção de um mundo melhor se perpetuarão.

Este trabalho teve a pretensão de mostrar que a empresa pode potencializar todas as suas ações sociais e tornar-se, de fato, uma empresa que pratica a responsabilidade social. Todos os funcionários devem agir em parceria com a empresa em que atuam, em prol das pessoas menos favorecidas, e dessa forma, contribuir para uma sociedade mais justa.

REFERÊNCIAS

- ASHLEY, Patrícia. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- BANCO BRADESCO S/A. <<http://www.bradesco.com.br>>. Acessos entre: mar. 2005 e maio 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1999.
- DAVIS, Keith; NEWSTROM, John W. **Comportamento Humano no Trabalho Vol. II**. São Paulo: Pioneira, 2001.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO CEARÁ, <<http://www.fiec.org.br>>. Acessos entre: mar. 2005 e abr. 2005.
- FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e Liberdade**. Rio de Janeiro. Ed. Abril, 1985.
- FUNDAÇÃO BRADESCO, <<http://www.fundacaobradesco.org.br>>. Acessos entre: fev. 2005 e maio 2005.
- GRAJEW, Oded. "Evolução e perspectivas da responsabilidade social". *Jornal Valor Econômico*, edição n. 301 de 12/07/2003.
- HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias Qualitativas na Sociologia**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Pesquisa ação social das empresas**. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/asocial/>>. Acesso em: 20 de fev. 2005.
- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, <<http://www.ethos.org.br>>. Acessos entre: fev. 2005 e mar. 2005.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS - IBASE, <<http://www.ibase.br>>. Acessos entre: mar. 2005 e abr. 2005.
- LAKATO, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 1992
- MELO NETO, Fco. PAULO DE; FROES, CÉSAR. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa**. São Paulo: Qualitymark, 2001.
- MELO NETO, Fco. Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social & cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. 2ed. São Paulo: Qualitymark, 2001.
- MINAYO, M.C.S. – O Desafio do Conhecimento. Rio de Janeiro, Abrasco, 1999.

PONTES, Aloysio Lopes. **Instituições Financeiras Privadas**. Rio de Janeiro: Forense, 1973.

SAUNDERS, Anthony. **Administração de Instituições Financeiras**. São Paulo: Atlas, 2000.

SILVA, César Augusto; FREIRE, Fátima de Souza. **Balço social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2001.

SOARES, Rinaldo Campos. **Empresariedade & Ética: O Exercício da Cidadania**. São Paulo: Atlas, 2002.

TEIXEIRA, Nelson Gomes et alii. **A ética no mundo da empresa**. São Paulo: Pioneira Novos Ubrais, 1998.

TORRES, Ciro. **Balço social e transparência**. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br>.

ZAMBELLI, Tânia. **Organização e Responsabilidade Social**. Disponível em: http://www.pauloangelim.com.br/artigos3_4.html . Acesso em: 10 abril. 2005.

ANEXOS

ANEXO I - CARTA DE AUTORIZAÇÃO

À

Fundação Bradesco

Assunto: Autorização para realização de pesquisa.

Prezados Senhores:

Para conclusão do Curso de Administração na Universidade Federal do Ceará, faz-se necessária a realização de um trabalho de pesquisa. O tema abordado no trabalho refere-se à Um estudo sobre a Responsabilidade Social da Fundação Bradesco. Ciente de que a Escola de Educação Básica e Profissional Fundação Bradesco realiza um trabalho social junto à comunidade, venho através desta carta, solicitar autorização para realizar uma pesquisa, referente a esse assunto, junto à sete funcionários da Fundação Bradesco. Garanto o sigilo dos sujeitos e agradeço a participação.

Atenciosamente,

Elizângela Cândido Andrade

ANEXO II – RELATO DAS ENTREVISTAS

SUJEITO 01

I. Dados de Identificação

Nome: J.C.

Idade: 46 anos

Sexo: Masculino

Função: Escriturário

Tempo de Empresa: 15 anos

II. Informações sobre Responsabilidade Social

1. O QUE VOCÊ ENTENDE POR RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Compromisso que as grandes empresas têm com a comunidade carente de promover a inclusão social junto à população socioeconômica desfavorecida por meio da educação.

2. VOCÊ PARTICIPA DE ALGUM TRABALHO VOLUNTÁRIO? ONDE? POR QUÊ?

Sim. Na própria Fundação Bradesco. Porque me sinto comprometido com a comunidade carente.

3. COMO VOCÊ VÊ A INICIATIVA DO BANCO BRADESCO, UMA EMPRESA PRIVADA, EM AJUDAR A COMUNIDADE ATRAVÉS DA FUNDAÇÃO BRADESCO?

Um exemplo a ser seguido por outras organizações. Ajudando assim as comunidades carentes a obter seu espaço na sociedade.

4. A FUNDAÇÃO BRADESCO INVESTE EM SEUS FUNCIONÁRIOS ATRAVÉS DE CURSOS OU SEMINÁRIOS?

Sim. Há reuniões e cursos através de vídeo-conferências.

5. COMO VOCÊ SE SENTE EM TRABALHAR EM UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL?

É muito gratificante. Ajudar o próximo é um dever de todos

6. TRABALHAR NA FUNDAÇÃO BRADESCO AJUDOU NO SEU DESENVOLVIMENTO HUMANITÁRIO? TROUXE ALGUM BENEFÍCIO NA SUA VIDA PESSOAL?

Sim. Aprendi a ver a realidade da vida mais de perto. Aprendi a ser mais solidário.

SUJEITO 02

I. Dados de Identificação

Nome: J.O.

Idade: 41 anos

Sexo: Masculino

Função: Professor

Tempo de Empresa: 11 anos

II. Informações sobre Responsabilidade Social

1. O QUE VOCÊ ENTENDE POR RESPONSABILIDADE SOCIAL?

É uma forma de gestão empresarial que se define pela relação entre a empresa, o meio ambiente e com o público com o qual se relaciona, através do estabelecimento de metas que busquem um planejamento ambiental sustentável e a redução das desigualdades sociais.

2. VOCÊ PARTICIPA DE ALGUM TRABALHO VOLUNTÁRIO? ONDE? POR QUÊ?

Sim.

Na própria Fundação Bradesco em eventos como o Dia do Voluntario em março, Dia da Criança e Dia do Ancião.

Devido a compreensão da necessidade de doar um pouco do nosso tempo e conhecimento para pessoas e setores da sociedade menos favorecidos.

3. COMO VOCÊ VÊ A INICIATIVA DO BANCO BRADESCO, UMA EMPRESA PRIVADA, EM AJUDAR A COMUNIDADE ATRAVÉS DA FUNDAÇÃO BRADESCO?

É um projeto grandioso que tem contribuído muito para a inclusão social de muitas pessoas do entorno de cada unidade escolar. Considerar que todas as unidades escolas da Fundação Bradesco estão situadas em áreas periféricas dos grandes centros urbanos, onde os problemas sociais são bem maiores.

4. A FUNDAÇÃO BRADESCO INVESTE EM SEUS FUNCIONÁRIOS ATRAVÉS DE CURSOS OU SEMINÁRIOS?

Sim

- Planejamentos coletivos semanais;
- Reuniões pedagógicas bimestrais;
- Vídeo conferência;
- Encontros de formação na matriz e
- Cursos virtuais.

5. COMO VOCÊ SE SENTE EM TRABALHAR EM UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL?

Bem. Principalmente por está ajudando a setores e pessoas desfavorecidas socialmente.

6. TRABALHAR NA FUNDAÇÃO BRADESCO AJUDOU NO SEU DESENVOLVIMENTO HUMANITÁRIO? TROUXE ALGUM BENEFÍCIO NA SUA VIDA PESSOAL?

Sim. Nos mostra as muitas possibilidades que temos para contribuir para uma sociedade mais justa.

SUJEITO 03

I. Dados de Identificação

Nome: J.C.S.

Idade: 39 anos

Sexo: Feminino

Função: Professora Nível I

Tempo de Empresa: 15 anos

II. Informações sobre Responsabilidade Social

1. O QUE VOCÊ ENTENDE POR RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Fazer parte da vida na sociedade de forma efetiva, compartilhando habilidades, experiências, disponibilizando tempo para ações sociais.

2. VOCÊ PARTICIPA DE ALGUM TRABALHO VOLUNTÁRIO? ONDE? POR QUÊ?

- Doação mensal de cesta básica a uma família carente;
- Pagamento mensal de conta de água e/ou luz de uma família carente;
- Doações mensais de roupas usadas a crianças dessas famílias.

3. COMO VOCÊ VÊ A INICIATIVA DO BANCO BRADESCO, UMA EMPRESA PRIVADA, EM AJUDAR A COMUNIDADE ATRAVÉS DA FUNDAÇÃO BRADESCO?

De uma iniciativa louvável, pois mesmo sabendo das responsabilidades governamentais, temos, de alguma forma, que participar da ação social.

4. A FUNDAÇÃO BRADESCO INVESTE EM SEUS FUNCIONÁRIOS ATRAVÉS DE CURSOS OU SEMINÁRIOS?

Sim. Temos o privilégio de estar sempre numa efetiva formação continuada; como profissional comprometido que somos, nos é muito válido esse investimento.

5. COMO VOCÊ SE SENTE EM TRABALHAR EM UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL?

Como já citei, privilegiada e em constante formação profissional e pessoal.

6. TRABALHAR NA FUNDAÇÃO BRADESCO AJUDOU NO SEU DESENVOLVIMENTO HUMANITÁRIO? TROUXE ALGUM BENEFÍCIO NA SUA VIDA PESSOAL?

Com certeza. Tenho a cada dia descoberto habilidades e competências na minha prática profissional e pessoal.

SUJEITO 04

I. Dados de Identificação

Nome: E.C.

Idade: 34 anos

Sexo: Feminino

Função: Professora

Tempo de Empresa: 11 anos

II. Informações sobre Responsabilidade Social

1. O QUE VOCÊ ENTENDE POR RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Deixar de culpar só o governo e assumir o compromisso com a melhoria de qualidade de vida do ser humano.

2. VOCÊ PARTICIPA DE ALGUM TRABALHO VOLUNTÁRIO? ONDE? POR QUÊ?

Sim. Na própria instituição. Porque acredito que todos nós podemos dar nossa parcela de contribuição.

3. COMO VOCÊ VÊ A INICIATIVA DO BANCO BRADESCO, UMA EMPRESA PRIVADA, EM AJUDAR A COMUNIDADE ATRAVÉS DA FUNDAÇÃO BRADESCO?

Uma responsabilidade social assumida e cumprida.

4. A FUNDAÇÃO BRADESCO INVESTE EM SEUS FUNCIONÁRIOS ATRAVÉS DE CURSOS OU SEMINÁRIOS?

Constantemente. Acredito que o profissional da Fundação é privilegiado no sentido da formação contínua.

5. COMO VOCÊ SE SENTE EM TRABALHAR EM UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL?

Em uma parceria.

6. TRABALHAR NA FUNDAÇÃO BRADESCO AJUDOU NO SEU DESENVOLVIMENTO HUMANITÁRIO? TROUXE ALGUM BENEFÍCIO NA SUA VIDA PESSOAL?

Sim. Possibilitou me expressar e ver que é possível melhorar sempre, superando meus próprios limites.

SUJEITO 05

I. Dados de Identificação

Nome: M.R.

Idade: 29 anos

Sexo: Masculino

Função: Encarregado da Manutenção

Tempo de Empresa: 04 anos

II. Informações sobre Responsabilidade Social

1. O QUE VOCÊ ENTENDE POR RESPONSABILIDADE SOCIAL?

É um ato do qual pessoas são assistidas pelo governo ou por instituições privadas prestando serviços sociais e filantrópicos a determinados indivíduos ou comunidade.

2. VOCÊ PARTICIPA DE ALGUM TRABALHO VOLUNTÁRIO? ONDE? POR QUÊ?

Sim. Na Fundação Bradesco, uma vez por ano. Pois temos o nosso dia do voluntariado envolvendo nossas 40 escolas espalhadas pelo país

3. COMO VOCÊ VÊ A INICIATIVA DO BANCO BRADESCO, UMA EMPRESA PRIVADA, EM AJUDAR A COMUNIDADE ATRAVÉS DA FUNDAÇÃO BRADESCO?

Vejo uma iniciativa aplausiva e, acho também, que todas as empresas deveriam fazer o mesmo para melhor servir a comunidade de suas necessidades.

4. A FUNDAÇÃO BRADESCO INVESTE EM SEUS FUNCIONÁRIOS ATRAVÉS DE CURSOS OU SEMINÁRIOS?

Sim. Através de cursos e seminários.

5. COMO VOCÊ SE SENTE EM TRABALHAR EM UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL?

Gratificado e feliz por fazer parte dela.

6. TRABALHAR NA FUNDAÇÃO BRADESCO AJUDOU NO SEU DESENVOLVIMENTO HUMANITÁRIO? TROUXE ALGUM BENEFÍCIO NA SUA VIDA PESSOAL?

Sim. Tornei-me um profissional mais responsável com uma visão mais voltada para o bem estar social.

SUJEITO 06

I. Dados de Identificação

Nome: A.S.

Idade: 39 anos

Sexo: Feminino

Função: Chefe de Serviços

Tempo de Empresa: 15 anos

II. Informações sobre Responsabilidade Social

1. O QUE VOCÊ ENTENDE POR RESPONSABILIDADE SOCIAL?

É a compreensão de que todos são responsáveis de promover condições de vida digna.

2. VOCÊ PARTICIPA DE ALGUM TRABALHO VOLUNTÁRIO? ONDE? POR QUÊ?

Sim.

Na Fundação Bradesco, na paróquia e na comunidade onde resido.

Porque servir ao outro faz bem, nos dá uma sensação de igualdade.

3. COMO VOCÊ VÊ A INICIATIVA DO BANCO BRADESCO, UMA EMPRESA PRIVADA, EM AJUDAR A COMUNIDADE ATRAVÉS DA FUNDAÇÃO BRADESCO?

Visto que o Banco só tem o lucro através dos serviços prestados, nada mais justo que devolver em forma de ação social.

4. A FUNDAÇÃO BRADESCO INVESTE EM SEUS FUNCIONÁRIOS ATRAVÉS DE CURSOS OU SEMINÁRIOS?

Sim. Reuniões e cursos.

5. COMO VOCÊ SE SENTE EM TRABALHAR EM UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL?

Sinto-me realizada profissionalmente. A Fundação Bradesco é uma instituição que prepara para a vida.

6. TRABALHAR NA FUNDAÇÃO BRADESCO AJUDOU NO SEU DESENVOLVIMENTO HUMANITÁRIO? TROUXE ALGUM BENEFÍCIO NA SUA VIDA PESSOAL?

Sim. Pude enriquecer meus conhecimentos, ampliar horizontes.

SUJEITO 07

I. Dados de Identificação

Nome: R.M.

Idade: 35 anos

Sexo: Feminino

Função: Inspetora de alunos

Tempo de Empresa: 02 anos

II. Informações sobre Responsabilidade Social

1. O QUE VOCÊ ENTENDE POR RESPONSABILIDADE SOCIAL?

É algo que todos nós devemos abraçar. É bonito o que o Bradesco faz em colocar escolas para as crianças carentes.

2. VOCÊ PARTICIPA DE ALGUM TRABALHO VOLUNTÁRIO? ONDE? POR QUÊ?

Sim. Na escola, todos os anos.

Porque gosto de ser voluntária.

3. COMO VOCÊ VÊ A INICIATIVA DO BANCO BRADESCO, UMA EMPRESA PRIVADA, EM AJUDAR A COMUNIDADE ATRAVÉS DA FUNDAÇÃO BRADESCO?

Uma boa ação que o banco tem com os pobres.

4. A FUNDAÇÃO BRADESCO INVESTE EM SEUS FUNCIONÁRIOS ATRAVÉS DE CURSOS OU SEMINÁRIOS?

Sim. Os cursos que a Fundação oferece todos os funcionários podem fazer, desde que não atrapalhe o horário de trabalho.

5. COMO VOCÊ SE SENTE EM TRABALHAR EM UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL?

Eu gosto bastante do meu trabalho.

6. TRABALHAR NA FUNDAÇÃO BRADESCO AJUDOU NO SEU DESENVOLVIMENTO HUMANITÁRIO? TROUXE ALGUM BENEFÍCIO NA SUA VIDA PESSOAL?

Sim. Ajudou-me a ser mais solidária com as pessoas.