

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

ADOÇÃO DE INICIATIVAS SOCIAIS: O CASO DA BOVESPA

JOSÉ DANIEL LENZI

Florianópolis (SC)

2005

JOSÉ DANIEL LENZI

ADOÇÃO DE INICIATIVAS SOCIAIS: O CASO DA BOVESPA

Monografia apresentada ao Departamento de Economia da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do título de bacharel em ciências econômicas. Orientador Prof^o Msc. Lisandro Fin Nishi.

Florianópolis (SC)

2005

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

A Banca examinadora resolveu atribuir a nota **7,0** ao aluno **José Daniel Lenzi** na disciplina CNM 5420 – Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Banca Examinadora:

Prof. Lisandro Fin Nishi

Presidente

Prof. Renato Francisco Lebarbenchon

Membro

Prof. Louis Roberto Westphal

Membro

*"A verdadeira riqueza é
não precisar de nada."*

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar sempre a família. Ao meu pai José Lenzi, por ter me auxiliado da melhor maneira que pôde, ajudando principalmente em minhas dúvidas, sejam elas profissionais, pessoas e acadêmicas. A minha mãe Ivanir Butzke, por grande força, coragem, uma verdadeira guerreira ao meu lado, sempre disposta a deixar de ter para poder doar ao filho, algo que levarei eternamente em minha vida. A minha irmã Sabrina, por aturar este irmão por anos e anos, e com certeza espero que ela ature por mais algumas décadas. E a caçula Gabrielli, que faz pouco tempo que acabou de chegar ao mundo, mas que logo estará numa situação como essa, estudando e se aperfeiçoando para o caminho da vida. Os avós também contaram muito para a conclusão desse processo acadêmico, agradeço muito ao Sr. Clemenz e Iracema.

Não posso esquecer de meu orientador, que aturou as minhas dúvidas, curiosidades, nervosismo, entre outros adjetivos que expressam angústia. Com certeza esse estudo nos ajudou a melhorarmos, tanto academicamente, como cidadãos de uma sociedade.

A minha namorada Greicy Kelli Spanhol, pois aturou meu mau humor, minha indecisão, o compromisso de sempre estar escrevendo, pesquisando, colhendo dados, ao invés de estar perto dela. Jamais esquecerei isso, com certeza levarei para a vida toda.

Aos amigos que já convivi: Eduardo (Rio do Sul), Fernando, Cristiano (Pensas, Quejada, Quejinho, Xerife, etc..), Juninho, Thiago, Marcelo (Casca), Gabriel (Tibos). E os demais amigos que cruzei nesta jornada: Sabrina, Camila, Gisele, Fanny, Juliana, Vandoir e alguns que com certeza esqueci, mas que sempre estarão comigo.

SUMÁRIO

Lista de Figuras.....	VIII
Lista de Quadros.....	VIII
Lista de Gráficos.....	VIII
Lista de Tabelas.....	VIII
Resumo.....	IX
Capítulo 1 – Introdução.....	10
1.1 – Problemática.....	10
1.2 – Objetivos.....	11
1.3 – Metodologia.....	12
1.4 – Estrutura do Trabalho.....	12
Capítulo 2 – A Evolução do Conceito da Responsabilidade Social Corporativa.....	13
2.1 – Abordagem Histórica da Gestão nas Organizações.....	13
2.2 – O Papel das Organizações na Sociedade Moderna.....	15
2.3 – O Surgimento e a Evolução do Conceito de Responsabilidade Social.....	15
2.3.1 – Visão de Responsabilidade Social da Empresa e Formas de Gerenciá-la.....	20
2.4 – A Experiência da Responsabilidade Social no Brasil.....	22
2.5 – O Problema das Desigualdades Sociais.....	23
Capítulo 3 – A Bovespa e sua Inserção no Mercado de Ações Sociais.....	26
3.1 – Histórico das Bolsas de Valores.....	26
3.2 – Evolução no Brasil.....	27
3.3 – A Bovespa.....	29
3.3.1 – Objetivo Econômico da Bovespa.....	29
3.3.2 – Conceito Legal e Objetivo Social da Bovespa.....	31
3.3.3 – Desempenho Recente da BOVESPA.....	32
3.4 – A Bolsa de Valores Sociais (BVS).....	38
3.4.1 – A BVS como Captadora de Recursos.....	41

3.4.2 – Impacto da BVS.....	44
3.5 – Perspectivas Futuras.....	45
3.6 – Índice de Sustentabilidade Empresarial.....	46
Capítulo 4 – Projetos Finalizados.....	48
Capítulo 5 – Conclusão.....	55
Referências.....	57

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Impactos Sociais.....	53
----------------------------------	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Resumo de Boas Ações.....	53
--------------------------------------	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Evolução do Número de Empresas Associadas ao Instituto Ethos.....	23
Tabela 2 – Países Listados no IDH.....	25

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Volume Médio Diário.....	32
Gráfico 2 – Número de Empresas Listadas a Partir de 1970.....	34
Gráfico 3 – Participação dos Investidores no Volume.....	35
Gráfico 4 – Participação dos Investidores Individuais no Volume Negociado.....	36
Gráfico 5 – Evolução do Ibovespa em Pontos Mensais.....	38

RESUMO

Este trabalho analisa o impacto das práticas de responsabilidade social corporativa representado pela Bolsa de Valores Sociais (BVS) da Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA). Através da análise descritiva dos antecedentes históricos procura-se entender como a gestão das organizações evoluiu até a adoção da responsabilidade social corporativa e como esta ganhou espaço no mercado de capitais brasileiro. Posteriormente ocorre a apresentação da Bovespa e suas funções e obrigações, destacando sua iniciativa inovadora de arrecadar fundos para Organizações Não Governamentais (ONG'S) com a criação da BVS. Após esta descrição, percebe-se que a BVS auxilia no desenvolvimento de uma comunidade ou um bairro, principalmente no quesito educação, cultura e direitos humanos. Desta forma, conclui-se que a partir de iniciativas como estas a sociedade tem ganhos em termos de redução das desigualdades sociais.

Palavras-Chave: Bolsa de Valores Sociais

Responsabilidade Social Corporativa

Desigualdades Sociais

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO

1.1 Problemática

A sociedade empresarial vive em constante mudança, seja no modo de produção, acumulação, investimentos e na gestão organizacional. Nos últimos anos, principalmente no período de 1994 a 2004, as empresas nacionais de grande porte estão começando a atuar sob a fundamentação de princípios éticos.

Atualmente muito se fala da participação de empresas em atividades sociais, demonstrando que essas se preocupam não só em produzir bens e serviços, mas também em buscar o bem estar social através da preocupação com a valorização do homem, do meio ambiente e da cultura.

Uma empresa socialmente responsável é aquela que, além de ser ética em seus negócios preocupa-se com questões tais como: a não utilização de mão de obra infantil, saúde de seus funcionários, não utilização de trabalhos forçados e segurança no trabalho. A gestão empresarial não poderá estar apenas preocupada com o interesse dos acionistas. Hoje, o mercado e a sociedade requerem uma gestão centrada em interesses e contribuições a um conjunto de partes interessadas (clientes, fornecedores, comunidade), que buscam a excelência através da qualidade nas relações e a sustentabilidade econômica e social.

Também conhecida como cidadania empresarial, o conceito de Responsabilidade Social, segundo CERTO e PETER (1993, p.279), pode ser entendida 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; envolver a corporação na realização de atividades que podem ajudar a sociedade, mesmo que esta não contribua para o lucro da empresa.

Visto que as empresas estão preocupadas em priorizar ações relacionadas ao conceito de responsabilidade social, o mercado financeiro caminha no mesmo sentido, de vincular à rentabilidade a prática de conceitos éticos, sociais e ambientais.

Com o processo de globalização, cada vez mais o mercado acionário vem adquirindo uma crescente importância no cenário financeiro, ao facilitar o desenvolvimento de

empresas através da captação de recursos, gerando novos empregos, contribuindo para o progresso do país.

A Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), uma associação civil sem fins lucrativos, com autonomia administrativa, financeira e patrimonial, contribui para a realização de compra e venda de títulos no mercado acionário nacional, inaugurou em junho de 2003 a BVS. Esta iniciativa tem como objetivo levantar fundos para projetos idealizados por ONG'S brasileiras, visando acima de tudo promover melhorias na perspectiva social do país. A idéia é unir instituições do Terceiro Setor que precisem de recursos financeiros e investidores (doadores) dispostos a promovê-los¹.

Neste trabalho apresentaremos como historicamente as organizações têm se posicionado estrategicamente frente às necessidades e mudanças sociais, e posteriormente estudaremos o caso da BOVESPA, a fim de verificar se os resultados sociais obtidos com estas iniciativas tem contribuído para gerar uma sociedade mais justa.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Estudar a adoção de práticas de responsabilidade social pela Bolsa de Valores de São Paulo, a fim de verificar se estas iniciativas contribuem para reduzir as desigualdades sociais no Brasil.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Estudar a abordagem histórica da gestão nas organizações;
- Verificar a adequação histórica das empresas no quesito responsabilidade social;
- Apresentar as iniciativas sociais adotadas pela BOVESPA e seus resultados;

1.3 Metodologia

¹ Conceito retirado do *site* da BOVESPA.

Para elaboração do presente trabalho faz-se necessária leitura e interpretação de textos e artigos relacionados à responsabilidade social, histórico das gestões nas organizações, a relação no âmbito empresarial e posteriormente no mercado financeiro, e alguns exemplos de projetos sociais adotados pela BOVESPA.

Como não há uma única corrente de pensamento econômico e da administração analisando o termo responsabilidade social, num primeiro momento será abordado a contribuição de vários autores dessa área de estudo, confrontando, debatendo e analisando as teorias. Posteriormente serão utilizados dados secundários (principalmente de jornais, revistas, enciclopédias e internet) para elaboração de tabelas e gráficos.

Finalizando, serão mostrados os programas sociais finalizados pela Bolsa de Valores Sociais e seus resultados apresentando os tipos de projetos que estão sendo iniciados, os públicos alvos, e a maneira como atingem tanto os investidores como os beneficiados.

1.4 Estrutura do Trabalho

Este trabalho está organizado em cinco capítulos. O primeiro refere-se à problemática em que se insere o mercado acionário como agente promotor de desenvolvimento social, comunidades carentes e ou bairros pobres de grandes cidades. O segundo capítulo mostra como surgiu o conceito da “responsabilidade social”, desde as organizações até o presente momento, e seu modo de interação com a atual política empresarial. O terceiro capítulo apresenta um breve histórico das Bolsas de Valores, com ênfase na BOVESPA, mostrando como esta trata as questões sociais com a criação da BVS. No quarto capítulo será mostrado o resultado das iniciativas sociais da BOVESPA. E finalmente o quinto apresenta as conclusões do presente trabalho e algumas sugestões para o aprofundamento do estudo do tema da responsabilidade social no mercado financeiro nacional.

CAPITULO 2

A EVOLUÇÃO DO CONCEITO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

2.1 Abordagem Histórica da Gestão nas Organizações

Desde os primórdios da civilização, o homem realizava as suas tarefas sempre visando um determinado objetivo necessário, principalmente àqueles relacionados a sua sobrevivência. A partir do momento que este objetivo se torna coletivo, e não mais individual, pode-se observar que são criadas as condições para o surgimento das primeiras formas de organização social, ainda que de forma muito simples, mas já representando o começo de um significativo processo evolutivo.

De acordo com Toledo (1986) são observadas grandes transformações, principalmente no período que vai até o séc. XVIII, relacionadas à estrutura e as relações dentro das organizações. Essas mudanças surgem com o aparecimento e a evolução da política, as guerras e o surgimento de diferentes organizações (militares, religiosas e estatais).

Com o início da revolução industrial, ocorrem profundas mudanças econômicas, sociais e políticas no mundo. O aspecto tecnológico teve grande influencia nas relações humanas do trabalho, com ênfase no setor industrial.

Analisando o contraste da estrutura humana do trabalho artesanal, frente ao período da revolução industrial, percebe-se que a rede de relações humanas artesanais comparadas às redes existentes na indústria resulta numa enorme perda de harmonia e auto-realização pessoal (TOLEDO, 1986).

Com o advento do capitalismo tecnológico ocorre uma quebra de harmonia no trabalho. Segundo Toledo (1986), há um ganho econômico, mas em contra partida perde-se psicossocialmente. Ocorre uma desvalorização das habilidades pessoais, anula-se a auto-expressão do trabalhador. O trabalho passa a ser uma colaboração imperceptível num processo mecanizado, deixando o trabalho sem orgulho, pois já não depende mais do próprio empenho.

Para o autor, a realização pessoal declina-se com o tipo de perfil do ambiente organizacional caracterizado por: sistemas de planejamento e controle centralizados e com

tonalidades marcadamente fiscalizadores; e estilo de liderança predominantemente autoritária.

Já no século XX, Chiavenato (1999) frisa que as organizações passaram por três fases distintas:

- A era da Industrialização Clássica (entre 1900 e 1950) – forte intensificação do fenômeno da industrialização, marcado pelo formato piramidal e centralizador, com um modelo com característica departamental burocrático, centrando as decisões no topo. Imposição de regras e regulamentos internos, com o objetivo de disciplinar e padronizar o comportamento dos participantes.
- A era da Industrialização Neoclássica (entre 1950 e 1990) – teve seu início do final da segunda Guerra Mundial. Passou a privilegiar o presente, em detrimento do passado, cedendo lugar à inovação. Surgimento de modelos de estrutura das organizações chamados Matriciais, caracterizados por um esquema lateral de departamentalização por produtos em relação a serviços, objetivando maior competitividade e dinamismo.
- A era da Informação (teve início em meados de 1990) – é a época atual, sendo caracterizada pelas constantes mudanças rápidas, imprevistas e inesperadas, onde as informações cruzam o mundo numa velocidade impressionante, contextualizando o planeta numa aldeia global tecnológica. Através dessa globalização, o conhecimento passa a ser o recurso mais importante, até para definir como utilizar e alocar os recursos financeiros existentes. A competição deixa de ser regional e passa a ser mundial, exigindo capacidade de adaptação em um cenário de turbulência e imprevisibilidade.

Conforme ocorrem modificações sociais, a gestão das organizações acompanha tais mudanças. Atualmente, há uma discussão sobre qual deve ser o papel das organizações, mais precisamente em relação à sua responsabilidade perante a sociedade em que se situa.

2.2 O Papel das Organizações nas Sociedades Modernas

O papel das organizações nas sociedades modernas, para Lakatos (1997), assume cinco níveis de relacionamento até o surgimento e a evolução do conceito de responsabilidade social.

Com seus consumidores: atualmente cresce a consciência da responsabilidade social da empresa para aqueles a quem ela atende, pois a relação entre uma unidade produtora e um cliente não é apenas econômico.

Com os trabalhadores: tamanho e estrutura organizacional e as diretrizes influenciam na relação da empresa com os seus funcionários. Esta maneira de se relacionar vem modificando com o passar dos anos. Hoje, além da classe trabalhadora, a empresa mantém relações com sindicatos, onde é discutida a relação entre capital e trabalho, fixando níveis salariais, grau de inovação e mecanização.

Com a comunidade: a instalação de uma empresa, principalmente de grande porte, pode gerar benefícios como empregos, oportunidades e riqueza, mas por outro lado pode gerar atritos nas relações econômicas e sociais existentes antes de sua chegada.

Com o governo: o governo tem a obrigação de defender interesses de uma sociedade, na medida em que representa a população de uma nação, limitando a ação de empresas por meio de leis e regulamentos. Porém, em muitos casos a influência da classe dominante provoca distorções no processo.

Com as outras empresas: em um sistema capitalista, a concorrência entre empresas se impõe. Apesar disso, entre as mesmas ocorre um processo de união em defesa de determinados interesses comuns, que passam a ser defendido por entidades representativas como associações, federações e sindicatos.

2.3 O Surgimento e a Evolução do Conceito de Responsabilidade Social

Segundo Maximiniano (2000) há duas correntes que discutem a problemática referente ao fato de que as organizações, assim como os indivíduos, possuem responsabilidades sociais, pois o seu comportamento afeta outras pessoas, e, querendo elas ou não, há pessoas e entidades dispostas a cobrar essas responsabilidades.

A primeira, a Doutrina da Responsabilidade Social, reconhece a ética social, tanto das organizações, e particularmente das empresas, fundamentando-se da seguinte forma: as

organizações são instituições sociais, que existem com a autorização da sociedade, utilizam os recursos da mesma e afeta em seu bem estar social. Andrew Carnegie (1835-1919) foi um dos principais representantes desta corrente, que, em 1899, publicou o livro *O Evangelho da Riqueza*, apontando os dois princípios da responsabilidade corporativa; caridade e zelo.

Os indivíduos mais afortunados da sociedade devem cuidar dos menos afortunados. Este é o princípio da caridade, segundo Carnegie, compreendendo doentes, pobres, a deficientes físicos. Esse grupo desafortunado pode ser auxiliado diretamente, ou indiretamente, através de Ong's, igrejas, associações. Aqui o valor da caridade é decidido pelo indivíduo.

O princípio do zelo, derivado da bíblia, parte do argumento que as empresas e os indivíduos mais afortunados devem zelar pela sua condição financeira, mantendo suas propriedades em custódia, beneficiando a sociedade em sua totalidade.

Do outro lado, encontra-se uma corrente alternativa, a do interesse do acionista, afirmando que as empresas têm obrigações primordiais com seus acionistas. O principal representante dessa doutrina é o economista Milton Friedman², onde o mesmo assegura que a responsabilidade das empresas é de maximizar o lucro. As organizações podem auxiliar a melhorar a qualidade de vida, porque com essa diretriz promove uma alocação eficiente e eficaz dos recursos individuais, organizacionais, sociais e ambientais. Segundo o autor, o Estado e Entidades afins devem apresentar as soluções para os problemas sociais.

Friedman (1984) utiliza o conceito de Responsabilidade Social do Capital e do Trabalho, priorizando o lucro como responsabilidade das empresas. A principal crítica do autor sobre a “ética social” das empresas é a de envolver a separação da propriedade e controle.

Permitir contribuições das empresas para propósitos de caridade, e deduções no imposto de renda (principalmente de Instituições Educacionais) provoca “*um afastamento da sociedade individualista e um avanço para o Estado corporativo*” (FRIEDMAN 1984, p. 125). A microeconomia estuda a equidade e a eficiência econômica. Segundo Hall e Lieberman (2003), uma economia é eficiente quando não é possível reorganizar a produção

² Economista Americano; conhecido por seu trabalho de análise do consumo e teoria monetária; defensor dos princípios do liberalismo; ficou na Universidade de Chicago 1946-47, professor 1948-77; Hoover Institution 1977-; recebeu em 1976 o Premio Nobel por seu livro “Capitalismo e Liberdade” e por sua influencia nas praticas atuais de economia.

ou alocação de bens sem reduzir o bem estar de pelo menos uma pessoa, ou seja, há necessidade de eficiência alocativa e produtiva. Entretanto, uma economia eficiente não é necessariamente justa.

Uma alocação é Pareto eficiente quando situa-se na curva de contrato da caixa de Edgeworth (PINDYCK e RUBINFELD, 1999). Assim, nenhum agente pode aumentar seu bem estar sem reduzir o de outro.

Para Hall e Lieberman (2003), a eficiência produtiva implica que não é possível produzir mais de um bem sem que pelo menos algum outro se reduza, há pleno emprego dos recursos e há alocações eficientes entre firmas.

Apesar do argumento de Friedman, a idéia dos projetos sociais da BOVESPA é tornar a sociedade mais equitativa, justificando sua existência.

Segundo Secco (RBA, 2003), o despertar da responsabilidade social das empresas não tem um histórico cronologicamente definido, com datas, locais, personalidades, comumente específicos à maioria dos fatos históricos. Há, na verdade, uma evolução da postura das organizações em face da questão social, provocada por uma série de acontecimentos sócio-políticos determinantes.

Entretanto, nos últimos anos tem se observado uma nova visão cada vez mais consistente de que as empresas têm, efetivamente, compromissos com o atendimento as expectativas de bem estar da sociedade. Na avaliação de Cobra (1991, p.155) a empresa responsável compreenderia o seguinte:

A salvaguarda das instituições. Abandonando as teses que prevaleceram na época do capitalismo primitivo, a empresa estará criando um vínculo entre ela e a sociedade. E também, quanto mais desinteressado for o serviço prestado a sociedade, mais ela se sentiria envolvida com a empresa.

Atualmente o significado da responsabilidade social esta muito além das primeiras formulações, essencialmente filantrópicas. As ações na área sociais vêm sendo incorporada no planejamento estratégica das empresas, através do chamado Marketing social.

Há ainda a alternativa de parcerias. O empresário que tomar a decisão de investir na área social e, de alguma forma, duvidar em dar início a alguma ação concreta em função da falta de experiência, pode ter a possibilidade de formar uma parceria com alguma organização não governamental, cuja área de atuação compreenda a opção da empresa. Entre as diversas maneiras de inserção, destacam-se: comunidade, educação, saúde, cultura e meio ambiente.

Descrevem-se vários conceitos a respeito da responsabilidade social corporativa. Cada autor, livro ou revista definem o termo de uma maneira, mesmo que, o assunto em seu âmago seja o mesmo.

Para McIntosh (2001), as responsabilidades sociais das empresas sofrem modificações, pois tendem a estar em conformidade com as normas vigentes, sejam elas, de saúde, segurança dos funcionários, proteção ambiental e a governança corporativa³. Partem de questões de transparência e responsabilidade para que a própria empresa, e demais interessados, realizem auditorias e relatórios sobre as questões éticas, financeiras, sociais e ambientais.

Além disso, a responsabilidade social tem o compromisso com o dever cívico e a consciência social. A ação de uma responsabilidade não é individual, pois manifesta a ação de uma empresa a favor da cidadania. A empresa que demonstra esta prática toma uma atitude de respeito e estímulo à cidadania corporativa; por consequência, há uma relação direta entre o exercício da responsabilidade social e o exercício da cidadania empresarial (MELO NETO e FROES, 2001).

Uma empresa que é socialmente responsável é aquela que consegue unir o interesse de diversas partes do corpo empresarial (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, meio ambiente e governo) e consegue incorporá-los no planejamento de suas atividades, procurando suprir as demandas de todas, e não apenas de acionistas e proprietários. Sendo assim, a responsabilidade social empresarial é uma maneira de direcionar os negócios da empresa que a torna, tanto parceira, como co-responsável pelo desenvolvimento social (ROCANTI, 2002).

Já o Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável, define como responsabilidade social corporativa o empenho constante dos empresários de praticar uma conduta ética e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando o bem-estar, simultaneamente, de vida dos empregados e suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo (ALMEIDA, 1999).

³ No Brasil, uma parte significativa das companhias abertas já se empenha em oferecer aos seus investidores melhorias nas práticas de governança e de transparência. No entanto, essas mudanças têm sido adotadas com pouca visibilidade por parte das empresas, visto serem resultado de esforços individuais. A BOVESPA define como um conjunto de normas de conduta para empresas, seguindo preceitos adicionais em relação ao que é exigido pela legislação e adotando como linhas mestras à transparência, a prestação de contas e a equidade.

Analisando todos os conceitos descritos, a responsabilidade social de uma empresa vai muito além de simplesmente pagar tributos e demais encargos sociais, mas sim de compromissos com as partes interessadas da empresa.

Existe um paralelo entre a filantropia e a responsabilidade social. Para traçar este equivalente devemos definir também o conceito de filantropia para obter um comparativo entre ambos. O primeiro conceito estudado será o de McIntosh e o segundo de Schwartz.

A filantropia se destina à distribuição do excesso de lucros que a empresa não absorveu. É uma atividade voluntária por parte da empresa e normalmente não é habitual em seus negócios (MCINTOSH, 2001).

Segundo Schwartz (2002), filantropia é um termo que, no contexto brasileiro, visa o “assistencialismo”. A doação tem por finalidade satisfazer uma necessidade imediata e aguda.

Com os conceitos de responsabilidade social e filantropia, pode-se comparar e analisar os dois. De acordo com Schwartz (2002), uma ação filantrópica ameniza, satisfaz uma necessidade imediata, sustentando aparentemente a alma de quem doa, é pontual, terminando na doação, não propondo assim um resultado sucessivo.

Já a responsabilidade social corporativa abrange o todo, principalmente as partes interessadas de uma empresa, resultando em uma procura contínua de um resultado maior, podendo ser monitorado e pelo qual o maior número de indivíduos seja beneficiado, e que a comunidade envolvida note a mudança e tenha vontades e motivos visíveis também para também contribuir com essas ações e fazer parte delas (MELO NETO e FROES, 2001).

A visão assistencialista, a benemerência ou filantropia, até então em evidência nas ações implementadas na área social, dão lugar a um novo paradigma que entende essa área como um componente da economia que demanda recursos diversos para investimentos e que assim responde com reciprocidades econômica e social positivas (SECCO, 2003)

Eugênio Bucci, (1998) *apud* Secco (2003, p. 23) diz:

Além de não tocar nas causas que fabricam as multidões de desvalidos, as campanhas de filantropia se aproveitam da imagem dos miseráveis para comover sua clientela de novos caridosos, deslumbrados consigo mesmo. Transformam os necessitados na cenografia de um grande fetiche, que é o exato oposto da fraternidade, pois fraternidade é estar ao lado como irmão, jamais como alguém superior que simplesmente entrega o que não lhe falta. Mas nisso também consiste o fetiche, em fazer parecer esmola o que deveria ser um direito.

Mudar a prática da filantropia para a responsabilidade social corporativa requer um bom planejamento. Ter a consciência que esta tem um papel transformador é vital, pois, somente assim, estas ações se tornarão úteis, não se deixando levar ao descrédito e tornando ações individuais, ou seja, filantrópicas (SCHWARTZ, 2002).

2.3.1 Visão de Responsabilidade Social da Empresa e Formas de Gerenciá-la

Para Melo Neto e Froes (2001), caso uma empresa opte adotar a responsabilidade social corporativa à filantropia, é importante eleger seu principal foco de atuação (recursos humanos, cidadania, melhoria na qualidade de relacionamento de seu público alvo, foco nos funcionários, condições de trabalho), sua estratégia de ação (negócios, marketing de relacionamento ou institucional, novos clientes e mercados, entre outros) e a função principal (difusora de valores, promotora de cidadania, capacitadora, formadora de novas consciências, disseminadora de conhecimento).

Há, basicamente, duas maneiras de promover a responsabilidade social: as ações de responsabilidade social interna e de responsabilidade social externa. A primeira está preocupada com os funcionários e com os respectivos dependentes, objetivando principalmente desenvolver um ótimo ambiente de trabalho, contribuindo para o bem estar dos que ali trabalham (interagem). Os funcionários se tornam mais dedicados, empenhados, proporcionando um aumento de produtividade, gerando um ganho para a empresa (MELO NETO e FROES, 1999).

A responsabilidade social externa engloba as ações, com prioridades locais, seja esta na comunidade ou para aquela mais próxima da empresa que está investindo. A mesma deve ter o pensamento lógico de que se esta obtém recursos da sociedade é de seu dever retribuir, ou seja, adotar ações sociais que visam à solução de problemas, e de não dar apenas retorno com produtos e serviços. Este tipo de ação não é caridosa (filantropia), mas sim coerente, justa, pois tendem a compensar os recursos que estão sendo empregados pela sua empresa e que, de uma maneira ou outra, podem ter sido retiradas dessa sociedade (MELO NETO e FROES, 2001).

Quanto ao seu gerenciamento, a responsabilidade social se manifesta de duas formas: a interna e a externa, com cada uma necessitando de algumas particularidades.

Se a empresa escolher a prática da responsabilidade social externa, a mesma pode vir a gerenciar os seus projetos ou então optar por fazer parcerias com ONG'S envolvidas com

a causa. Uma das dificuldades, segundo Melo Neto e Froes (2001), é se as empresas estão gerenciando com eficiência e eficácia suas ações sociais. Mas para Ruth Cardoso⁴ (2000), apesar do aumento da responsabilidade social, ainda existem dificuldades de gerenciamento, entre elas, como o acompanhamento e avaliação das ações sociais realizadas pelas empresas; a definição de alvos fora do entorno da empresa; a identificação de problemas sociais realmente prioritários; a apresentação de soluções inéditas para impasses não solucionadas pelo Estado; a mensuração do retorno dos projetos sociais em termos de bem estar; o uso de metodologias eficientes; entre outras.

Apesar das dificuldades serem grandes, não há nada que uma gestão eficiente e eficaz possa vir a resolver. As empresas ainda não estão totalmente profissionalizadas nessa área, mas já existe uma conscientização para que haja uma estrutura gerencial competente, inovadora e condizente com as demandas sociais de hoje (MELO NETO e FROES, 2001).

O terceiro setor⁵ possui metodologias próprias para gerenciar seus projetos sociais. Armani (2002) desenvolveu um método que pode vir a ser aplicado perfeitamente a gestão da responsabilidade social, compreendendo as seguintes etapas: identificar a oportunidade para a ação social estratégica; diagnosticar; elaborar o projeto; definir as premissas e fatores de riscos; definir indicadores; gerenciar o projeto; orçar e analisar a viabilidade financeira.

As práticas de responsabilidade social corporativa interna vêm ganhando espaço nas organizações e técnicas para gerenciá-la vão surgindo, mas este não é o objetivo do presente trabalho, e sim analisar as práticas externas.

Assim como toda análise necessita de ferramentas, a responsabilidade social corporativa também. Atualmente alguns institutos, ONG'S, já possuem e disponibilizam métodos que podem ser utilizados para gerenciar, de forma padrão, a responsabilidade social. O Instituto Ethos⁶, um dos mais respeitados na área social, disponibiliza tais ferramentas de gestão.

⁴ Ruth Cardoso é antropóloga e ex-primeira dama do Brasil.

⁵ Com a retomada do processo democrático, com o agravamento dos problemas sociais, e face ao fenômeno da globalização, um crescente movimento tomou conta do cenário social brasileiro nesta última década fazendo evoluir com enorme rapidez a criação de organizações da sociedade civil que constituem hoje o chamado Terceiro Setor. Estas organizações - agentes privados com fins públicos - vêm atuando no sentido de garantir direitos sociais básicos, combater as exclusões e proteger o meio-ambiente.

⁶ Criado em 1998, o instituto já conta com mais de 280 empresas associadas, crescendo esse número a cada dia. Sua principal missão, como catalisadora de iniciativas na área social, orienta, formula e assiste a implementação de medidas socialmente responsáveis, mobilizando e conscientizando empresas para a adoção dessas práticas.

2.4 A Experiência da Responsabilidade Social no Brasil

A partir de 1960, houve indícios de uma mudança no empresariado brasileiro, quando novas idéias começam a serem discutidas e é criada a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADEC), sendo publicada a “*Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas*”, em 1965.

Segundo Mota (2000), é um marco histórico incontestável do início da utilização do termo responsabilidade social associado às empresas e da própria relevância do tema até aqui desenvolvido: a ação social das empresas no país, mesmo que, em um primeiro momento, ainda limitado ao mundo das idéias e efetivando-se apenas em discursos e textos, já fazia parte da realidade de uma pequena parcela do empresariado nacional.

O fator cultural deve ser levado muito em conta quando um país está sendo analisado, principalmente ao aspecto relacionado à gestão organizacional. No caso do Brasil, e de uma parcela significativa de países, os estudos realizados sobre cultura organizacional estão baseadas em metodologias de correntes Norte-Americanas. Entretanto, o entendimento das organizações brasileiras inicia-se no desenvolvimento singular dos traços gerais de nossa cultura (MOTA e CALDAS, 1997).

Segundo Freire (2003), quando se leva em consideração o fato de que o Brasil possui grandes questões sociais a serem resolvidas, verifica-se que o ponto de partida para a construção de condições concretas de competitividade – tanto interna ou externa – passa pela contribuição efetiva para a alteração do quadro social existente.

Não há uma estatística completa sobre a participação de empresas brasileiras no quesito responsabilidade social, mas é possível observar um aumento substancial nos últimos anos, como mostra a tabela 01.

Tabela 1 – Evolução do número de empresas associadas ao Instituto Ethos (1998/2003).

ANO	Nº DE EMPRESAS FILIADAS	EVOLUÇÃO PERCENTUAL
1998	11	-
2005	1018	9256

Dados computados até 11 de maio de 2005. Fonte: Instituto Ethos

Para Secco (RBA, 2003), o fortalecimento dos sindicatos e o nascimento consolidado das ONG'S, ocasionaram o despertar da consciência da responsabilidade social no Brasil. Foi nessa década (1980) que aconteceram as greves, o processo de redemocratização, a constituinte e as lutas relacionadas a questões étnicas e raciais. As ONG'S propiciaram a construção, difusão e consolidação de todo um discurso ético, que acabou por se consolidar na chamada responsabilidade social corporativa. A partir desse momento, empresas privadas começaram a atuar em setores tradicionalmente ocupadas pelo Estado. Foi a partir daí que houve o interesse de tornar públicas essas ações, incorporadas ao marketing empresarial.

No final da década de 90, a BOVESPA adota tais práticas de responsabilidade social para praticá-las no mercado financeiro nacional. No próximo capítulo será abordado o funcionamento da BOVESPA (breve histórico e características gerais) e como esta pôs em prática os seus projetos sociais.

2.5 O Problema das Desigualdades Sociais

A injustiça Social que assola o Brasil, é um dos principais empecilhos para que a sociedade chegue a uma distribuição igualitária da renda. Frente a essa premissa, o projeto social da BOVESPA visa combater essa má distribuição, arrecadando fundos dos agentes econômicos mais fortes, a fim de aplicar em projetos destinados à população carente.

O termo distribuição da renda está diretamente ligado às causas da injustiça social, que no Brasil são muitas e profundas. Segundo Rosseti (1982), podemos destacar dois fatores principais para a ocorrência desse processo. O primeiro está na relação perversa entre os planos econômicos e as políticas sociais. É como se coubesse à política social reparar as desigualdades que a economia gera ou aprofunda. No passado, tinha-se a visão de que a economia deveria crescer primeiro, para depois se cuidar dos aspectos sociais. O que aconteceu foi que, sobre base de uma herança escravocrata, acumularam-se os fatores de desagregação. Além disso, a estabilização trouxe expressiva transferência de renda para os assalariados. O objetivo do Governo foi o de fazer uma estabilização que contivesse, nela própria, mecanismos que levassem à distribuição de renda e que essa renda fosse apropriada pelos que nunca tiveram acesso a ela.

O segundo fator está na ineficiência de nossas políticas sociais. Historicamente, não se gastou pouco na área social, gastou-se mal. As políticas não têm sido muito eficazes para amenizar as desigualdades sociais.

Uma importante ferramenta para detectar o grau da má distribuição de renda em um país é o coeficiente de *Gini*. O coeficiente é o indicador do grau de concentração da estrutura de rendas mais utilizado - outro indicador é o índice de *Theil* - em função de sua simplicidade de cálculo e, principalmente, pela facilidade com que são encontrados os dados de que se necessita para sua operacionalização. O índice de *Theil*, mais sensível no retratar a realidade, é, porém, muito mais complexo e exigente quanto ao detalhamento que os dados de distribuição da renda devem conter.

O coeficiente Gini pode assumir valores do intervalo zero a um ($0 \leq G \leq 1$). Quanto mais próximo de zero, melhor distribuída estará a renda; mais próximo de um, mais concentrado. O valor extremo zero revela distribuição igualitária e o outro extremo, um, indica concentração absoluta.

Outro índice de grande importância para a análise das desigualdades sociais é o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). O IDH considera além do PNB per capita, a expectativa de vida ao nascer, taxas de alfabetização de adultos, paridade do poder efetivo de compra da renda interna. Também outros, tais como: condições culturais prevalentes, a relação entre trabalho e lazer e os graus de liberdade política. Ou seja, é um índice que evidencia com mais clareza as diferenças econômicas dentro de cada contexto sócio-histórico-cultural, onde a renda é analisada (MONTIBELLER, 2001).

O Brasil ocupa a 72ª posição no ranking dos países listados no IDH, conforme tabela abaixo:

Tabela 02 – Países Listados no IDH.

Colocação	País	IDH
1	Noruega	0,956
2	Suécia	0,946
3	Austrália	0,946
4	Canadá	0,943
5	Holanda	0,942
6	Bélgica	0,942
7	Islândia	0,941
8	Estados Unidos	0,939
9	Japão	0,938
10	Irlanda	0,936
72	Brasil	0,775

Fonte: Relatório de Desenvolvimento Humano, 2004

CAPITULO 3

A BOVESPA E SUA INSERÇÃO NO MERCADO DE AÇÕES SOCIAIS

3.1 Histórico das Bolsas de Valores

Quanto a sua origem, escritores a localizaram nos *emporium* dos gregos, outros nos *collegium mercatorum* dos romanos, ou nos *funduks* (bazares) dos palestinos. Sobre isto, não há uma definição clara. Seu surgimento ocorreu em épocas distantes, com pertinências que não as vinculavam especificadamente a valores imobiliários (OLIVEIRA, 1984).

Segundo MELLAGI (1995), as operações de Bolsa resumiam-se na compra e venda de moedas, letras de câmbio e metais preciosos, no período que corresponde toda a idade média até o Século XVII. Dificuldades de comunicação, escassez de capitais e ausência de crédito eram os principais empecilhos para a ocorrência de negócios.

A palavra Bolsa com significado financeiro e comercial nasceu em uma cidade Belga chamada Bruges, pertencente a liga Hanseática, onde ocorriam assembléias de comerciantes na residência de um senhor chamado *Van der Burse*, cuja fachada havia um escudo, nele contendo três bolsas e brasão de armas de proprietário (OLIVEIRA, 1984).

Segundo Joseph de La Veja (1688), a Bolsa é “uma pequena praça rodeada de pilares, e chama-se assim já por encerrarem-se nela os mercadores como em uma bolsa...”(OLIVEIRA, 1984).

Em 1141, a *Bourse* de Paris foi implantada por Luis VII, sendo regulamentada em 1304. Os *agents de change*, contudo, preferiam reunir-se na *pont-aux-changes* sobre o sena. Napoleão I fixou-a posteriormente em um prédio exuberante, onde permanece até hoje. Aí se organizou a *coibeille*, espaço circular onde os corretores apregoavam os negócios (MELLAGI, 1995).

A Bolsa de Fundos públicos de Londres foi fundada em 1698, com acesso restrito ao público em geral, orientado por um delegado, e com associados *brokers* (corretores intermediários) e *jobbers* (que negociavam por conta própria) (OLIVEIRA, 1984).

Os Ingleses haviam instalado o Banco da Inglaterra pouco tempo antes. Administrando a casa da moeda, *Sir Isaac Newton* fixava para sempre o padrão de purificação de ouro e cunhagem de moedas de ouro (OLIVEIRA, 1984).

O amplo crescimento das negociações naquele ano exigiu a organização da Bolsa em caráter oficial, mesmo já às operações sendo legalizadas. Por assim dizer, esses acontecimentos criaram o primeiro sistema financeiro integrado do mundo moderno (RUDGE e CAVALCANTE, 1998).

Somente no século XVII, as Bolsas alcançaram grande desenvolvimento, quando as exigências de crédito público obrigaram os banqueiros a fracionar os empréstimos em títulos de participação. Estas instituições assumiram um papel preponderante na oferta e procura de capitais, permitindo grandes aglomerações de recursos com a expansão das sociedades por ações (RUDGE e CAVALCANTE, 1998).

3.2 Evolução no Brasil

Desde os antigos mercados medievais até os dias de hoje, as Bolsas vem sofrendo intensas transformações em sua estrutura. No caso do Brasil, seu desenvolvimento está diretamente ligado ao desenvolvimento e aperfeiçoamento da estrutura financeira do país, voltado principalmente aos Bancos Comerciais e as Bolsas de Valores (OLIVEIRA, 1984).

Somente na segunda metade do século XIX surgiram instituições especializadas em diversos tipos de crédito. Antes disso não havia instituições organizadas, mas apenas pessoas desempenhando as funções de banqueiros ou corretores (RUDGE e CAVALCANTE, 1998).

Com as diversas modificações econômicas ocorrendo no Brasil, no início do século XIX, havia a necessidade de reorganizar os sistemas financeiros, envolvendo também a figura do corretor, contemporâneo ao período colonial. A regulamentação da atividade viria a acontecer em 1845, através do decreto número 417. O principal objetivo era o de evitar a interferência nessas operações de um número irrestrito de pessoas (MELLAGI, 1995).

A partir de então, os corretores oficiais de Fundos Públicos passaram a obter cargos vitalícios, nomeados pelo ministro da fazenda, com representatividade junto ao governo e seus atos (OLIVEIRA, 1984).

Era evidente que o Estado tinha interesse na organização dos corretores. Em 1876 foi decretada a cotação de títulos em pregão (Lei nº 6.132 de 1876) e, no ano seguinte, a regulamentação de pregão, (Lei nº 6.635 de 1877), considerada esta a data inaugural do funcionamento do pregão da Bolsa de Valores do Rio de Janeiro. Este decreto estabelecia a

corporação de corretores de Fundos Públicos e dispunha sobre os negócios por eles realizados em Bolsa (OLIVEIRA, 1984).

Deveria caber ao Poder Executivo, com precisão, a função de expedir decreto regulamentando a investidura e o exercício dos corretores e suas respectivas operações. Somente em 1878 houve maior confiança no mercado acionário, ocasionando um aumento nas transações e no número de companhias com títulos na Bolsa (RUDGE e CAVALCANTE, 1998).

No dia 13 de março de 1897 foi expedido o decreto nº 2.475, constituindo a Legislação Brasileira sobre Bolsas e Corretores. Contudo, somente a Bolsa e os respectivos corretores do Distrito Federal levavam em consideração esses diplomas legais, omitindo esta atividade nos demais estados (OLIVEIRA, 1984).

A cidade de São Paulo pouco significava na contextualização jovem da nação na época da Proclamação da República. Entretanto alguns indivíduos forçavam o Governo do Estado a oficializar o nascimento da Bolsa Livre de Valores, como que prevendo o desenvolvimento ao qual a cidade estava fadada. Em dezembro de 1894, conseguiram a aprovação de uma tabela de corretagem, passo inicial para a criação dos primeiros cargos de corretores de fundos públicos. Em 1895 foi fundada a Bolsa Oficial de Títulos de São Paulo, instituída por ato do governo estadual (RUDGE e CAVALCANTE).

Segundo OLIVEIRA (1984), nos demais estados (além do Distrito Federal), as atividades das Bolsas e Corretores foram regulamentadas pelo Governo Federal, no ano de 1934, através do decreto nº 24.275. Já no ano de 1939, a partir do decreto nº 1.344, a legislação tornou-se mais efetiva, passando a regularizar todas as instituições bolsísticas do país. Mesmo depois disso, as Bolsas continuaram sendo entidades públicas com interferência (subordinação) dos governos estaduais em suas administrações.

3.3 A BOVESPA⁷

A BOVESPA, foi fundada em 23 de agosto de 1890, tendo esta uma extensa história de serviços prestados ao mercado de capitais Brasileiro.

É uma entidade auto-reguladora que opera sob a supervisão da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Desde a década de 60, A BOVESPA vem se desenvolvendo, seja no

⁷ Informações disponíveis em www.bovespa.com.br

setor tecnológico; na qualidade dos serviços prestados aos investidores; aos intermediários do mercado e as companhias abertas.

Em 1972, através de uma vasta rede de terminais de computadores, implantou o pregão automatizado com a disseminação de informações *on-line* e *real time*. Foi à pioneira na introdução de operações com opções sobre ações no Brasil. Desenvolveu também um sistema de custódia de títulos e implantou uma rede de serviços *on-line* para as corretoras.

Já nos anos 90, as negociações eram realizadas através do Sistema de Negociação Eletrônica, operando simultaneamente com o sistema tradicional de pregão Viva-Voz. Em 1997 foi lançado o sistema de negociação chamado Mega Bolsa, proporcionando um aumento no volume de informações, permitindo assim a consolidação como o mais importante centro de negócios do mercado Latino-Americano.

No final da década de 90 lança o *Home Broker* e o *After-Market*, sistemas que visam facilitar o acesso do pequeno e médio investidor no mercado acionário. O primeiro permite que o investidor, por meio do *site* das corretoras na Internet, transmita sua ordem de compra ou venda. Nos Estados Unidos, as ordens são executadas, em sua maioria, fora do âmbito das bolsas de valores e, portanto, nem sempre ao melhor preço. Já o segundo permite a negociação eletrônica noturna, atendendo assim aos profissionais do mercado.

3.3.1 Objetivo Econômico da BOVESPA

John Kenneth Galbraith (1968) relata sobre o que induz as pessoas a realizar aplicações em ações de empresas cotadas nos mercados organizados: “os que detêm o controle acionário das companhias são conhecidos como os muito motivados. Já os pouco motivados compram ações com mero intuito de lucro”.

Para MELLAGI (1995), o mercado financeiro é voltado para a transferência de recursos entre os agentes econômicos, é o encontro entre os que poupam e os que investem. Essas necessidades servem de alicerce para a criação de ambientes de negociação onde corretores, representando seus clientes, atuam em nome destes na compra e venda de ações.

Já OLIVEIRA (1984), acredita nas chamadas *práticas eqüitativas de mercado*, servindo para que o processo de formação dos preços das ações seja mais atraente e

transparente. Seja qual for o indivíduo que negocie em Bolsa, o tratamento deve ser o mesmo, tendo este idêntico acesso à informação e obedecendo as normas igualmente.

De acordo com RUDGE e CAVALCANTE (1998), é através desse procedimento, que se cria uma sistemática dos processos de compra e venda de ações, tendo as seguintes características essenciais:

- (i) Legitimar compra e venda: Comprador deposita numerário. Vendedor comparece com as ações; Corretora confirma existência do valor, e que ações estão sendo liberadas para venda.
- (ii) Negócios realizados durante pregão: Encontro da oferta com a demanda. Ações: quantidade, companhia, tipo, forma de emissão, direitos e preço; Pregão pelos sistemas de: chamada (call), postos de negociação (trading posts) e eletrônico (Mega Bolsa).
- (iii) Pregão tem preços públicos: Preços e quantidades apregoados de viva voz para conhecimento geral. Nos terminais eletrônicos, oferta e demanda se caracterizam nos monitores; Preços e quantidades determinam valor venal instantâneo e liquidez das ações.
- (iv) Fechamento de Negócios: Corretoras do vendedor e do comprador anunciam em alta voz: Fechado! Fechado é a palavra mágica dos negócios da Bolsa. Depois de fechado, um negócio está formalmente concluído. O restante é detalhe administrativo.

A Bolsa de Valores de São Paulo segue mais os padrões norte-americanos do que os modelos adotados na Europa, assumindo assim um caráter empresarial que as classifica atualmente como a instituição acionária mais moderna do mundo capitalista (MELLAGI, 1995).

A informação é o elemento essencial para a decisão de investir. É através desta mentalidade que a BOVESPA opera. A organização interna está voltada à divulgação instantânea de informações sobre o pregão (OLIVEIRA, 1984).

3.3.2 Conceito Legal e Objetivo Social da BOVESPA

Conforme salientado anteriormente, a BOVESPA, segundo CAVALCANTE e RUDGE (1998) é:

Uma associação civil sem fins lucrativos, seu patrimônio é representado por títulos que pertencem às sociedades corretoras membros. Possuem autonomia administrativa, financeira e patrimonial, mas estão sujeitas à supervisão da Comissão de Valores Mobiliários e obedecem às diretrizes políticas emanadas do Conselho Monetário Nacional.

Tendo como objetivos e atividades:

- (i) manter local adequado à realização, entre corretores, de transações de compra e venda de títulos e valores mobiliários, em mercado livre, organizado e fiscalizado pelos próprios membros, pela autoridade monetária e pela CVM;
- (ii) Criar e organizar os meios materiais, os recursos técnicos e as dependências administrativas necessárias à pronta, segura e eficiente realização e liquidação das operações efetuadas no recinto de negociação (pregão);
- (iii) Organizar, administrar, controlar e aperfeiçoar o sistema e o mecanismo de registro e liquidação das operações realizadas;
- (iv) Estabelecer sistema de negociação que propicie e assegure a continuidade das cotações e a plena liquidez do mercado de títulos e valores mobiliários;
- (v) Fiscalizar o cumprimento, pelos seus membros e pelas sociedades emissoras de títulos e valores mobiliários, das disposições legais e regulamentares, estatutárias e regimentais, que disciplinam as operações de Bolsa, aplicando aos infratores as penalidades cabíveis;
- (vi) Dar ampla e rápida divulgação às operações efetuadas em seu pregão;
- (vii) Assegurar aos investidores completa garantia pelos títulos e valores negociados;
- (viii) Exercer outras atividades conexas e correlatas que lhe sejam permitidas por lei.

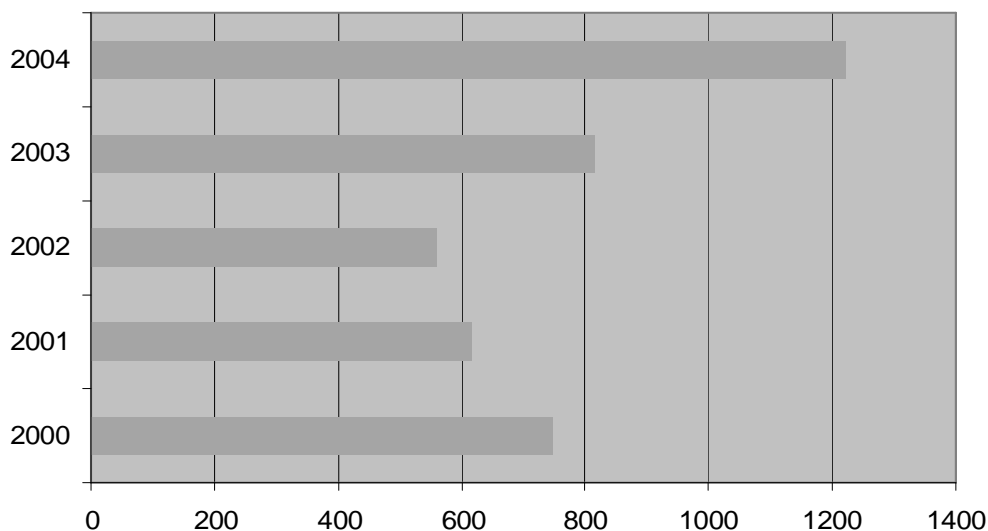
Recentemente a BOVESPA iniciou entre os seus negócios a implementação de projetos voltados à área da responsabilidade social. Os mesmos visam à obtenção de recursos para serem investidos em causas sociais. Nos tópicos a seguir será visto como e de que forma se torna viável uma aplicação financeira na BOVESPA com retorno para a sociedade. Nota-se, ainda que tal conduta não está inserida nos objetivos e atividades citados anteriormente.

3.3.3 Desempenho recente da BOVESPA

- **Volume Médio Diário**

O volume total negociado na BOVESPA apresentou o significativo crescimento de 48,6% em 2004, totalizando R\$ 304,1 bilhões, segundo os técnicos financeiros da própria BOVESPA, o maior registrado desde a sua inauguração. Em termos médios diários, o giro financeiro foi de R\$ 1.221,3 milhões.

Gráfico 1 – Volume Médio Diário (R\$ milhões)



Fonte: Relatório Anual BOVESPA (2004).

- **Número de negócios**

O número de negócios também apresentou expressivo crescimento: foram efetuados 13.384.010 negócios no ano, representando uma média diária de 53.751, número 35,7% superior se comparado ao ano de 2003 (39.597 negócios por dia). O mercado a vista (lote-padrão⁸) respondeu por 82,9% do volume total transacionado na BOVESPA, resultando em um montante médio diário de R\$ 1.012,4 milhões.

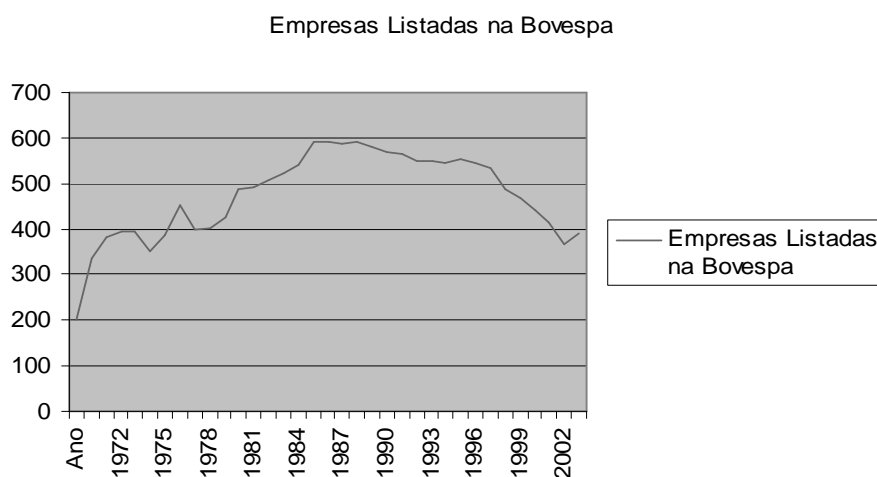
- **Empresas listadas**

Muitas das mais conhecidas empresas brasileiras têm suas ações negociadas na Bolsa de Valores. Para ser acionista de uma delas, basta comprar as ações por meio de uma Corretora de Valores. Essas empresas utilizaram e utilizam-se da Bolsa para captar recursos dos investidores com o objetivo de financiar seus projetos de investimento e se tornar mais competitivas. Do ponto de vista social, o mercado de capitais, por viabilizar essa captação, exerce importante papel no desenvolvimento econômico e na criação de empregos no Brasil (MELLAGI, 1995).

⁸ Padronização dos parâmetros de negociação em lote-padrão de cem ações e cotação unitária.

Para uma empresa obter recursos junto ao mercado acionário é necessário que abra o seu capital. A legislação define como companhia aberta àquela que pode ter os seus valores mobiliários, tais como ações, debêntures e notas promissórias, negociados de forma pública. Por exemplo, na Bolsa de Valores. Em outras palavras, somente empresas que abriram o capital podem ter os seus valores mobiliários negociados publicamente (RUDGE e CAVALCANTE, 1998).

Gráfico 2 – Número de Empresas listadas na BOVESPA a partir de 1970



Fonte: BOVESPA

Já no ano de 2004 a BOVESPA apresentava 390 empresas listadas em seu pregão, distribuídas entre os quatro segmentos de listagem existentes: 343 no Tradicional; 7 Novo Mercado⁹; 7 Nível 2¹⁰ e 33 Nível 1¹¹, onde os três últimos segmentos formam a chamada governança corporativa. Comparando com os dados de 2003, houve um aumento de 21 empresas, um crescimento relativo de 5,7%. Do pico de 1989, quando 592 empresas tinham ações negociadas na Bolsa paulista, resta atualmente apenas 390, número próximo dos 399 registrados em 1978. Na prática, investidores jogaram mais dinheiro num número menor de empresas.

⁹ O Novo Mercado é um segmento de listagem destinado à negociação de ações emitidas por empresas que se comprometem, voluntariamente, com a adoção de práticas de governança corporativa e *disclosure* adicionais em relação ao que é exigido pela legislação.

¹⁰ Para a classificação com Companhia Nível 2, além da aceitação das obrigações contidas no Nível 1, a empresa e seus controladores adotam um conjunto bem mais amplo de práticas de governança e de direitos adicionais para os acionistas minoritários.

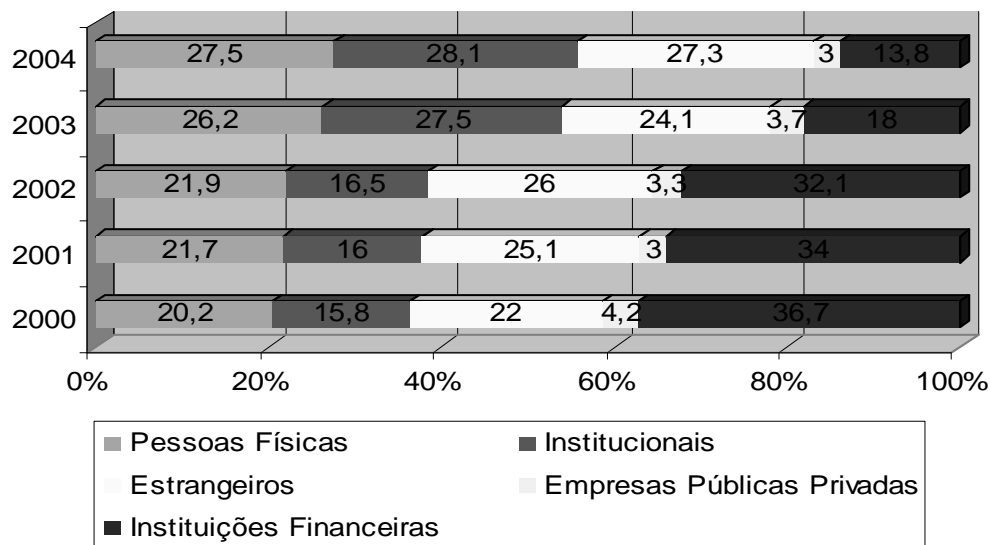
¹¹ As Companhias Nível 1 se comprometem, principalmente, com melhorias na prestação de informações ao mercado e com a dispersão acionária.

A partir de 1995 percebe-se uma queda no número de empresas listadas na BOVESPA. Segundo Ricardo Magalhães, gestor de renda variável da *Mellon Global Investments*, a economia não está crescendo há alguns anos. Com isso muitas empresas não vêem motivos para participar do mercado de ações, que é uma alternativa de financiamento comum em outros países. O desaquecimento econômico, os custos contábeis mais elevados para estar no mercado de ações e mesmo o conservadorismo e a falta de conhecimento de empresários em relação à Bolsa, levam a esses fatores.

- **Participação dos Investidores**

Os investidores pessoas físicas, juntamente com os institucionais e os estrangeiros apresentaram ampliação na sua participação nas transações da BOVESPA durante 2004. O destaque coube aos investimentos estrangeiros, que passaram para uma participação de 27,3% no volume total negociado, contra 54,1% no ano de 2003. Os investidores institucionais subiram de 27,5% para 28,1%. Já os investidores pessoa física passaram de uma participação do volume total transacionado de 26,2% em 2003 para 27,5 % em 2004.

Gráfico 3 – Participação dos Investidores no Volume Negociado(%)



Fonte: Relatório Anual BOVESPA (2004).

As empresas públicas privadas e instituições financeiras, por outro lado, registraram redução em sua participação nas negociações da BOVESPA, já que os primeiros passaram de 3,7% para 3%, enquanto as instituições financeiras passaram de 18% em 2003 para 13,8% em 2004.

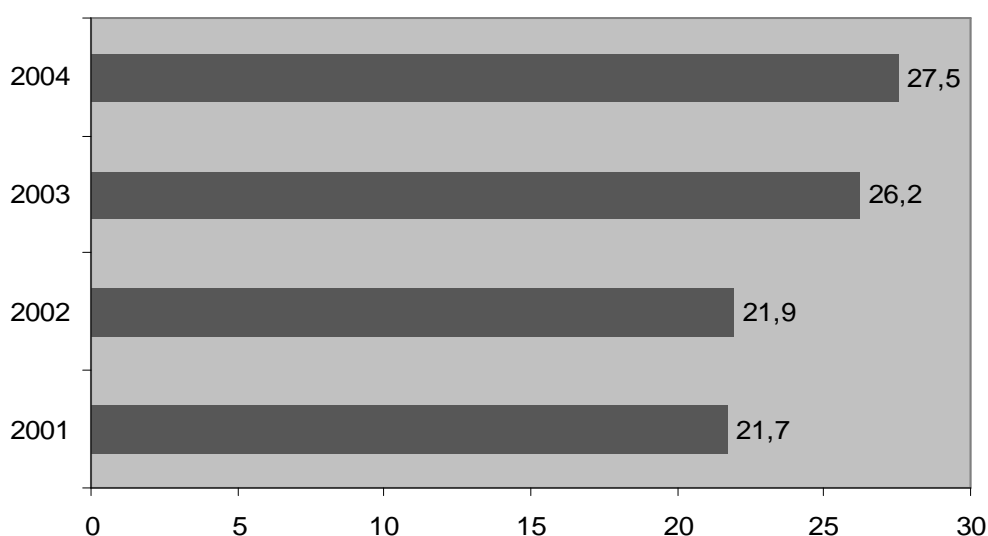
O avanço das pessoas físicas na participação das transações da BOVESPA deve-se ao fato de uma maior propaganda do mercado acionário. Esclarecimentos e dúvidas sobre este mundo desconhecido para a grande maioria das pessoas acabaram por elevar a participação destes no mercado de negócios.

Os investimentos estrangeiros aumentaram consideravelmente no período analisado, evidenciando o interesse desses investidores pelo mercado acionário brasileiro. Eles registraram um saldo líquido comprador de R\$ 1.803,5 milhões em 2004, resultado de compras no valor de R\$ 83.288,0 milhões e vendas no valor de R\$ 81.484,5 milhões.

Os dados comprovam o crescimento da participação dos investidores individuais no mercado de ações brasileiro. Isso evidencia o compromisso ético da BOVESPA com a equidade no tratamento de todos os investidores, sejam eles grandes ou pequenos, nacionais ou estrangeiros.

As iniciativas de divulgação tem como prioridade informar o público sobre investimento em ações, sua função social e seus riscos e sobre o nível de confiança que a BOVESPA oferece aos investidores nas suas atividades, prevenindo a prática de manipulação ou fraudes.

Gráfico 4 – Participação dos Investidores Individuais no Volume Negociado (%)



Fonte: Relatório Anual da BOVESPA (2004).

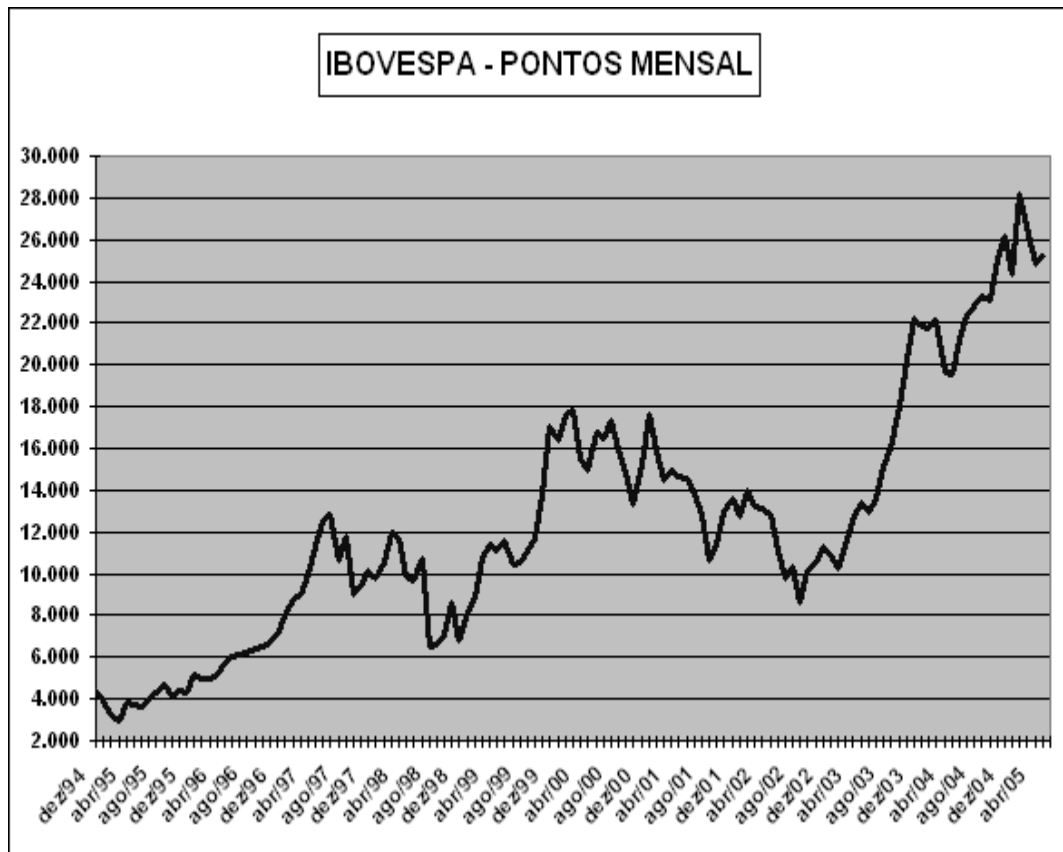
A participação do investidor individual na BOVESPA não se dá exclusivamente por meio da negociação direta de ações ou derivativos financeiros. Muitos investidores compram ações indiretamente, por meio de fundos de investimento, fundos de previdência complementar e clubes de investimento. Como mostra o gráfico acima, houve um aumento do número de investidores individuais no Brasil, com o crescimento da participação no volume financeiro.

- **Rentabilidade do Índice BOVESPA (IBOVESPA)**

O Índice BOVESPA (IBOVESPA) é o mais importante indicador do desempenho do mercado de ações brasileiro, pois retrata o comportamento das principais ações negociadas na BOVESPA. Ele é formado a partir de uma aplicação imaginária, em reais, em uma quantidade teórica de ações (carteira). Sua finalidade básica é servir como indicador médio do comportamento do mercado. Para tanto, as ações que fazem parte do índice representam mais de 80% do número de negócios e do volume financeiro negociados no mercado à vista. Como as ações que fazem parte dessa carteira têm grande representatividade, podemos dizer que se a maioria delas estiver subindo, o mercado, medido pelo Índice BOVESPA, está em alta, e se estiver caindo, está em baixa (RUDGE e CAVALCANTI, 1998).

Segue abaixo o gráfico mostrando a evolução mensal do IBOVESPA considerando os fechamentos deste índice.

Gráfico 5 – Evolução do IBOVESPA em pontos mensais



Fonte: BOVESPA

Analisando somente o período de 2003 em diante, percebemos uma grande elevação dos pontos do IBOVESPA. De abril de 2003 até abril de 2004, o índice teve um crescimento de aproximadamente 12.000 pontos, ou seja, aumentou em torno de 120% somente no período desse ano.

3.4 – A Bolsa de Valores Sociais ¹²

No dia 25 de junho de 2004, a BOVESPA estava comemorando um ano de aniversário da BVS. Neste dia havia a presença de investidores e dirigentes da BOVESPA e representantes de Organizações Não Governamentais de pequeno porte. O centro do mercado de capitais transformava-se num ponto de encontro para atores econômicos poderosos e pessoas voltadas ao desenvolvimento social nacional.

¹² As informações desse tópico e seus itens estão disponíveis em www.bovespasocial.com.br

A BVS é uma iniciativa pioneira da BOVESPA no quesito responsabilidade social, pois representa uma forma inovadora de captação financeira para causas sociais. Organizando os negócios de maneira idêntica ao convencional, promove o encontro de ONG'S que necessitam de recursos financeiros com os “investidores sociais” dispostos a financiar os seus projetos. A BOVESPA define como lucro social o cumprimento dos objetivos de um determinado projeto da ONG. Estes objetivos podem ser tangíveis ou não. Pode-se tomar como exemplo a reforma de uma sala de aula, com novas mesas, cadeiras, pintura, janelas, ar-condicionado, ventilador, etc. Outros efeitos indiretos estão relacionados ao sentimento humano, exemplificando, a satisfação de um jovem participando de um projeto como voluntário.

Os termos “investimento social”, “ações sociais” e “lucro social” não se tratam apenas de uma semelhança com o sistema de negociação da Bolsa de Valores. Esta linguagem pode ocasionar um impacto profundo na criação de uma sociedade inclusiva, pois mostra que o recurso financeiro investido na educação não é despesa, mas sim investimento. É importante transformar “entidades sem fins lucrativos” em “entidades com fins de lucro social”, objetivando uma sociedade sustentável. O uso do termo “investimento social” auxilia a abertura de formas mais participativas de ascensão do desenvolvimento social.

Através da BVS, a BOVESPA vem ampliando sua função no campo da responsabilidade social corporativa, do mesmo modo, promove também o chamado Novo Mercado, segmento especial em que são negociadas as ações de empresas que se comprometem a adotar práticas de boa governança e prestação de contas que vão além de suas obrigações legais. Tornou-se a primeira Bolsa de Valores a adotar e praticar o Pacto das Nações Unidas¹³, comprometendo-se a apoiar os dez princípios que valorizam a cidadania empresarial responsável das empresas em escala mundial.

O Pacto Global advoga dez Princípios universais, derivados da Declaração Universal de Direitos Humanos, da Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas Contra a Corrupção:

¹³ O Pacto Global é resultado de um convite efetuado ao setor privado pelo Secretário Geral das Nações Unidas, Kofi Annan, para que juntamente com algumas agências das Nações Unidas e atores sociais, contribuísse para avançar a prática da responsabilidade social corporativa, na busca de uma economia global mais sustentável e inclusiva. As agências das Nações Unidas envolvidas com o Pacto Global são o Alto Comissariado para Direitos Humanos, Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), Organização Internacional do Trabalho (OIT), Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial (UNIDO) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

- Apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos proclamados internacionalmente;
- Evitar a cumplicidade nos abusos dos direitos humanos;
- Defender a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
- Eliminar todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
- Erradicar efetivamente o trabalho infantil;
- Eliminar a discriminação no emprego e na ocupação;
- As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais;
- As empresas devem assumir iniciativas para promover uma maior responsabilidade ambiental;
- As empresas devem encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis;
- Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Segundo o *site* da BOVESPA, até o início de 2004, a BOVESPA era a única Bolsa do mundo com um projeto social em andamento, sendo reconhecida como exemplo de mobilização do mercado financeiro em favor do desenvolvimento social. A BVS tem como característica o fato de criar um ambiente confiável e transparente de captação de recursos financeiros, podendo seus “doadores” efetuar seus investimentos socialmente responsáveis. Mas a grande inovação é que o retorno do investimento não volta na forma de lucro financeiros ou dividendos, mas através de lucros sociais¹⁴ beneficiando o desenvolvimento sustentável do Brasil.

Será apresentado a seguir o funcionamento da BVS, mobilizando o mercado acionário para a importância de causas sociais. As experiências, perspectivas, resultados iniciais, dificuldades e metas para os próximos anos. A grande questão a ser abordada é de como um ator poderoso do setor privado pode ser criativo na promoção do investimento em prol da sociedade.

¹⁴ Todo “investimento”, por princípio, deve promover ao investidor lucro e dividendos. Quando você faz um investimento, como em ações, por exemplo, a expectativa é que o seu investimento valorize. A BVS entende também que os investimentos sociais devem gerar lucro – lucro social. Ao comprar “ações” das Organizações listadas na BVS, o investidor social fortalece a organização e participa diretamente na construção de uma sociedade mais justa e capaz de prover oportunidades para todas as camadas sociais. Isso é o chamado lucro social.

3.4.1 A BVS como Captadora de Recursos

Durante algumas décadas, a BOVESPA realizava doações para ONG'S na região de São Paulo e comunidades vizinhas. Porém, a partir de 2003, resolve analisar o seu programa social. O atual método estava começando a ser questionado, pois um grande número de projetos recebia os recursos financeiros, mas os resultados não estavam sendo devidamente analisados. O que as ONG'S faziam com os recursos doados? As doações tinham impacto social? O apoio dado gerava alguma transformação na ONG? Procurando responder a estas e outras questões, a BOVESPA resolve buscar assessoria de consultorias especializadas em responsabilidade social corporativa. Uma dessas empresas contratadas sugeriu a criação de uma Bolsa de Valores Sociais.

O mercado acionário é basicamente um lugar de “criação de valor”, onde as empresas e os investidores se reúnem para negociar ações com a intenção de agregar valor para ambas as partes. A partir dessa premissa cria-se a Bolsa de Valores Sociais.

Pode-se estabelecer este mesmo ambiente para a compra e venda de “ações sociais”, fortalecendo as ONG'S e estas por sua vez, dêem um retorno sobre os investimentos na forma de “lucro social”. Este projeto seria simples para a BOVESPA implementar por que aproveitaria a sinergia do mercado de ações tradicional. A tradição da BOVESPA daria credibilidade para as ONG'S listadas, além de aumentar o seu acesso aos recursos financeiros necessários. Os melhores projetos sociais seriam recompensados pela BVS, criando um ambiente de transparência e de rastreabilidade dos investimentos sociais. O projeto traria também a confiança do público brasileiro, reforçando o mercado acionário e atraindo novos investidores.

Em junho de 2003, a BOVESPA transforma em realidade o seu projeto social. O lançamento da BVS possibilitou assim o cadastro suficiente de ONG'S para dar início aos investimentos sociais. O cadastro era muito simples, necessitando apenas preencher um formulário e redigir uma proposta com a descrição e orçamento do projeto.

A BVS tem como projetos principais àqueles voltados a educação de crianças e jovens de 7 a 25 anos de idade em comunidades carentes. O agrupamento dos projetos é distribuído em sete áreas específicas: educação para a saúde; competência em leitura e escrita; cidadania; cultura; capacitação profissional; apoio psicossocial e meio ambiente. As ONG'S de menor porte foram selecionadas por apresentarem solução inovadoras e

eficazes para problemas sociais. Os organizadores da BVS queriam ONG'S que representassem todas as regiões do País, pois entidades menores tem menos visibilidade do que ONG'S maiores e fundações. Em geral o trabalho delas é pouco difundido e seu acesso a recursos disponíveis é reduzido. Com a inclusão na BVS suas atividades ficam expostas, aumentando as chances de atrair investimentos.

Após esta etapa, se inicia o processo de escolha das melhores propostas, passando por uma criteriosa análise, priorizando os projetos importantes e socialmente rentáveis. Há alguns aspectos que favorecem a escolha como: projetos desenvolvidos e apoiados pela comunidade local; fazem trabalhos de alta qualidade, mas carece de reputação e visibilidade das organizações de maior porte; possuem conhecimentos e experiência capazes de ajudar a BVS a alcançar o objetivo de estabelecer uma rede de melhores práticas. Nesta carteira inicial, foram selecionados 40 projetos de ONG'S.

No período de setembro de 2003, os organizadores juntamente com os técnicos da área social visitaram estas instituições, observando o trabalho das mesmas e colhendo dados em profundidade sobre o histórico da organização, as atividades atuais e o impacto social. Após esta análise, apenas 30 ONG'S foram selecionadas.

Com a ajuda da BVS, as ONG'S arrecadam fundos para implantar, ampliar ou manter uma densa rede de projetos. Mais adiante serão abordados onze casos, servindo de exemplo para a análise dos impactos. Todos os projetos visam o benefício de crianças e adolescentes e demais membros da comunidade. Após captarem os recursos necessários para os seus projetos, as ONG'S são retiradas da lista da BVS.

Já em outubro de 2003, as ONG'S selecionadas começaram a negociar suas ações no *site* da BVS. Nesse mês o valor do *portfólio* era de R\$ 9,2 milhões, ou seja, a soma dos recursos das 30 ONG'S listadas. Tanto pessoas físicas ou jurídicas podem efetuar investimentos sociais. Estas podem investir em um único projeto ou montar uma carteira de ações sociais. Mas porque alguém que tem os recursos para doar para uma causa social optaria por fazê-lo desta maneira? Pelo fato de ser simples, rápido e confiável. A BOVESPA garante que o investimento será utilizado em projetos sociais sólidos que geram lucros sociais.

Obtendo um criterioso processo de seleção e monitoramento contínuo das ONG'S, a BOVESPA está apta a garantir aos investidores sociais que os projetos listados devolverão benefícios a sociedade. Com o auxílio de convênios e parcerias, garante o repasse integral de todos os recursos captados sem dedução alguma, comissão ou taxa. Custeia também a

manutenção do *site* da BVS e executa o processamento das transações de investimento social. Paga ainda os demais custos referentes ao funcionamento da BVS como remuneração de equipe técnica, publicidade e impostos em geral.

Dentre os objetivos da BVS, um dos mais importantes é a criação de uma rede entre as ONG'S listadas, podendo estas compartilhar informações, experiências e conhecimento. A equipe técnica auxilia através de videoconferências, entre outras atividades afins. Há um Conselho da BVS, que aprova e incentiva os projetos sociais, compostos de diversas personalidades que atuam desde o setor público até instituições internacionais. Um exemplo é a UNESCO, com um representante no Conselho para apoiar e partilhar conhecimentos globais sobre programas sociais e educacionais.

Por ter regras relativamente simples, a BVS é atraente as diversas ONG'S, definir educação de modo extenso para dar espaço a uma vasta área de projetos e priorizar organizações baseadas em comunidades locais, dando-lhes uma oportunidade inusitada e receptiva de divulgação. A idéia para o futuro é que o investimento em ações sociais se torne uma prioridade da BOVESPA, e não apenas um derivativo, sendo exatamente como as ações convencionais negociadas. Entretanto, somente com muitos esforços de todos os agentes da sociedade tornará essa meta real.

Os organizadores da BVS reconhecem que ainda o projeto está em fase inicial para ser avaliado com ambição. As ONG'S começaram a receber os recursos, mas o volume total não está numa larga evolução. A BVS nada mais é que uma ferramenta ou programa que tem por objetivo oferecer um elo entre ricos e pobres e quer facilitar seu empenho contínuo de beneficiar a todas as camadas da sociedade. Ainda que muitas ações sociais não tenham sido vendidas, a BVS já esta obtendo rendimento social, modificando a vida de jovens brasileiros.

3.4.2 Impacto da Bolsa de Valores Sociais

O Brasil vive um momento em que a iniciativa da BVS tem maior propensão a ter sucesso. Há uma crescente percepção da necessidade urgente de combater os problemas sociais e um número elevado de ONG'S profissionalizadas consegue preencher os critérios da transparência e do respeito aos acionistas. A BVS tem o potencial de ser o ponto de encontro de pequenas ONG'S e pessoas que querem contribuir as causas sociais. Mas o

diferencial é que a BOVESPA quer dar um impulso por um meio que a sociedade brasileira pouco conhece: a Bolsa de Valores.

O mercado acionário nacional ainda não está bem desenvolvido. Apesar da BOVESPA ser a maior Bolsa da América Latina, o número de investidores ativos é pequeno. Dos 170 milhões de brasileiros, 6 milhões possuem ações, e somente 150 mil negociam com regularidade em Bolsa. A falta de participação no mercado acionário se deve por dois motivos: o primeiro está relacionado a altas taxas de inflação, desestimulando a poupança; o segundo é a falta de informação, onde os indivíduos acreditam que a Bolsa é um local que gera prejuízos, comparando-a a um cassino, mas que na verdade é um espaço democrático.

Para superar essas percepções negativas a BOVESPA criou um programa chamado “BOVESPA vai até você”. Este programa tem a finalidade de informar as pessoas sobre o funcionamento da Bolsa e sua importância junto à sociedade para o desenvolvimento da economia nacional. O programa vai a diversos lugares como: escolas, fábricas, teatros, metrô, aeroportos, praias, etc.

A existência da BVS contribui substancialmente para a BOVESPA no quesito de popularizar o mercado de ações. Apresenta o lado positivo de uma Bolsa e auxilia na explicação do que é ser um acionista e como investir em ações. Ao mesmo tempo o sucesso da BVS depende da atratividade da Bolsa de Valores tradicional. Por exemplo, quanto mais simples para os corretores da BOVESPA negociar com ações convencionais, mais eficazes será na oferta de ações sociais, portanto há uma clara sinergia entre a BOVESPA e BVS: a iniciativa poderá trazer novos investidores à Bolsa e as ONG'S listadas na BVS poderão obter os recursos financeiros de pessoas que antes não conseguiam convencer a apoiar seu trabalho.

Um empecilho para acarretar um maior número de pessoas dispostas a “investir” nas ações sociais da BOVESPA é a legislação brasileira. Infelizmente esta ainda não permite deduções oriundas de doativos a organizações sociais para pessoas físicas. Já no caso de empresas, existe a possibilidade de deduções do IR devido, respeitado alguns limites e disposições contábeis.

3.5 Perspectivas Futuras

Criar uma cultura de investimento social é algo que requer tempo, é um processo lento. Tanto a BOVESPA quanto as ONG'S estão em constante aprendizado sobre a abrangência dessas mudanças. Apenas criar e discutir sobre responsabilidade social não basta, mas sim ações mais decisivas.

Novas melhorias serão implantadas, dentre as principais estão: atrair mais investidores; consolidar a rede social das ONG'S participantes; e desenvolver mais indicadores de lucro social.

Uma forma de atrair mais investidores para a BVS é a de enviar um "balanço de investimentos sociais" aos investidores da BOVESPA, anexando aos relatórios de extrato mensal das cotas de corretagem. Este balanço apresenta três a quatro relatos sobre o trabalho das ONG'S listadas, e aproveita a oportunidade para seduzir os investidores a aplicarem seus recursos em um ou diversos projetos.

A criação de uma rede social entre as ONG'S é para que estas troquem experiências de diversos temas e áreas. A meta é estabelecer elos entre as ONG'S de maneira que uma entidade do sul do país possa se beneficiar de soluções simples e eficaz de uma entidade localizada no norte do país. Assim as ONG'S unirão esforços para garantir a viabilidade de seus projetos.

Existe a necessidade no desenvolvimento de medidas de impacto social e de metodologias para tornar visíveis suas ações. Para suprir essa necessidade os dirigentes da BOVESPA e empresas do ramo de consultoria social almejam à criação de um índice de lucro social, para elucidar a evolução de determinado projeto.

Para que um maior número de ONG'S possam ser beneficiadas pela venda de ações sociais, a BOVESPA quer aumentar a rotatividade dos projetos listados na BVS. A ampliação de outras áreas sociais deve ser adotada, para que outras ONG'S, e não somente do setor educacional, possam extrair recursos junto a BVS.

A BOVESPA acredita no desenvolvimento de seu programa de responsabilidade social corporativa. Auxilia e se compromete no fornecimento de assessoria totalmente gratuita e disponibiliza suas ferramentas (como *softwares*) a outras Bolsas, promovendo assim a criação de outras BVS, principalmente na América Latina. A BVS além de ajudar na construção de uma sociedade mais igualitária, também melhora a imagem e, portanto, os negócios da Própria Bolsa de Valores.

3.6 Índice de Sustentabilidade Empresarial

Como avaliar o compromisso das empresas com o bem estar social? Como valorizar a motivação dos funcionários e a relação com investidores e comunidade? Pensando nisso, a BOVESPA anunciou a criação de um novo índice, cuja proposta é selecionar as melhores empresas no requisito responsabilidade social.

A Bolsa de Valores de São Paulo lançará no final do primeiro semestre de 2005, o seu Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE, que refletirá o comprometimento das empresas com ações de responsabilidade social.

Entre as 150 companhias mais bem sucedidas na bolsa de valores, 40 delas serão selecionadas para a análise. Para isso, essas empresas passarão por uma rigorosa avaliação realizada por um questionário. O tratamento das empresas em relação aos funcionários e também a comunidade será um dos requisitos de maior peso.

A BOVESPA assinou convênios de cooperação com o *International Finance Corporation*, que atuará na função de patrocinador do projeto, e também com a Fundação Getúlio Vargas, que será responsável pela definição da metodologia e composição da carteira teórica do ISE.

Para auxiliar na elaboração do ISE, foi criado um Comitê de Responsabilidade Social que conta com as instituições tais como: BOVESPA, Instituto Ethos, Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), entre outras.

A expectativa é de que esse índice melhore ainda mais o compromisso das empresas com o social no Brasil. Segundo Rogério Marques, supervisor de assistência ao mercado da BOVESPA, a intenção é que o índice colabore com as ações em responsabilidade social.

No capítulo seguinte será analisado o resultado da BVS, os projetos concluídos e a ONG envolvida.

CAPÍTULO 4

PROJETOS FINALIZADOS

Serão apresentados os projetos sociais que conseguiram obter todos os recursos necessários para o início de suas atividades, com o auxílio da BVS até o mês de Junho de 2005, mostrando qual a ONG está auxiliando (abordando um pequeno resumo de suas atividades), o objetivo do projeto analisado, a região, estado ou comunidade beneficiada e o valor captado junto ao pregão social da BVS.

- 1- A primeira ONG a ser exposta é a *Ação Comunitária do Brasil* (ACB), com o seu projeto *Preparação para o Trabalho*. A ONG desenvolve líderes comunitários e habilita a população carente a solucionar problemas locais, cooperando para o alto-desenvolvimento em educação, cultura e cidadania de crianças e jovens em comunidades pobres. A entidade situa-se em São Paulo, capital, no bairro do Campo Limpo, área conhecida por altos índices de pobreza e violência. O projeto está voltado para o reforço educacional e escolar para jovens e crianças; o desenvolvimento de socialização e cidadania e, assistência para aquisição de educação para o trabalho. Adolescentes e jovens adultos de 15 a 21 anos de idade formam o público alvo do projeto. O orçamento captado foi de R\$ 93.600,00

- 2- Já a ONG *Pangea* – Centro de Estudos Ambientais, desenvolveu o projeto *Cidadãos do Parque*. A ONG realiza estudos sócio-ambientais e promove o formato de cooperativas como opção de geração de renda e aumento da qualidade de vida de comunidades pobres em vez de trabalho casual e sub-emprego. A instituição já implementou com grande êxito uma cooperativa para costureiras e coordena um programa para treinar catadores de lixo como agentes de coleta de lixo seletivo em condomínios e empresas. Suas metas estão na educação ambiental, na promoção do turismo local e na instalação e coordenação de uma cooperativa de jovens agentes de turismo para trabalhar na reabilitação do parque São Bartolomeu. A comunidade atingida constitui-se de adolescentes e jovens que vivem em uma favela de

Salvador (BA) e que freqüentam escola pública. Captaram fundos no valor de R\$ 63.200,00.

- 3- O projeto *Casa de Formação e Empreendimentos* foi desenvolvido pelo *Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Guabiju*. O Sindicato auxilia pequenos agricultores e suas famílias a gerar renda. Estimula colheitas que respeitem o meio ambiente e promove o modelo de cooperativas, além de apoiar programas de alfabetização de adultos e educação vocacional. Dentre os seus objetivos está a reforma e ampliação das instalações da ONG através de mutirão para criar um centro de formação e empreendimentos; programas de conservação da herança local para idosos de educação, treinamentos e atividades sócio-culturais para jovens e oficinas e aulas de artesanato. O projeto visa atrair jovens pertencentes a famílias de pequenos agricultores na cidade de Guabiju (RS). O valor dos recursos captados chegou a R\$ 70.000,00.

- 4- A ONG *Associação de Apoio à Criança HIV Positivo* auxilia no projeto *Tecer o Futuro* criada por um grupo de pessoas que, inicialmente, se uniram para ajudar a Casa Vida, uma das primeiras casas para crianças HIV-positivo na cidade de São Paulo. O projeto se expandiu, novas unidades foram abertas e as atividades foram organizadas para prestar um amplo atendimento: centro de saúde com fisioterapia, clínica de psicologia, médicos e paramédicos, assistentes sociais, entre outros, atendendo mais de 200 crianças e adolescentes por mês e também prestando atendimento às respectivas famílias. A ONG tem por objetivo aumentar a conscientização de educadores, membros de conselhos tutelares, promotores públicos e juízes, assim como formar uma rede multidisciplinar para influenciar políticas públicas de inclusão. De acordo com a instituição, a disponibilidade de novos medicamentos tem permitido que crianças HIV-positivo sobrevivam, o que significa que ações adicionais precisam ser tomadas a fim de garantir qualidade de vida e um lugar na sociedade para estas pessoas. Seus principais projetos são palestras em escolas; treinamento as famílias para auto-sustento e a promoção da inclusão social para crianças

e jovens HIV-positivos. O projeto visa crianças e adolescentes soro-positivo no Estado de São Paulo. O valor arrecadado junto a BVS foi de R\$ 100.000,00

- 5- O projeto *Atendimento a família* em parceria com a ONG *Centro de Atendimento Biopsicossocial Meu Guri* atende a 33 crianças e adolescentes. Está atualmente construindo um centro em parceria com o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) em São Paulo, com seis abrigos para 20 crianças e adolescentes cada. Sua missão é tornar-se um centro de excelência em abrigos integrado ao serviço de aconselhamento de crianças, adolescentes e suas famílias. O programa visa à orientação, atendimento e acompanhamento para famílias de crianças e adolescentes que vivem nos abrigos. Conseguiu R\$ 25.000,00 junto a BVS.
- 6- A ONG *Obras Sociais da Eparquia Ortodoxa de Goiânia* oferece creche, confecção, cursos de computação, atendimento e tratamento para vítimas de violência e drogas, entre outros serviços. A instituição está situada em Aparecida de Goiás, cidade com mais de 450 mil habitantes que reflete o crescimento populacional explosivo nos últimos 15 anos devido ao êxodo rural. O Projeto se chama *Brava Gente* e tem por objetivo principal o aumento do número de vagas disponíveis no curso de computação da organização. O público alvo são jovens e adultos pobres em Aparecida de Goiás (GO), cidade dominada pelas drogas e crime organizado. Conseguiu R\$ 50.000,00 na BVS.
- 7- O projeto *Nossa História* conta com o auxílio da ONG *Ler & Agir*, onde instala bibliotecas em diversas comunidades na cidade do Rio de Janeiro, como a Favela Rio das Pedras (370 crianças e adolescentes), Cidade de Deus (150 crianças e adolescentes) e Vila Carioca (280 crianças e adolescentes). A instituição visa promover inclusão sócio-cultural e solidariedade através da leitura, educação, socialização e restauração da história local. Tem por objetivos afirmar identidades culturais e aumentar a conscientização do valor do conhecimento de pessoas idosas, recuperando a

história local. Resultados devem ser documentados em filme, livro e palestras em escolas públicas locais. Visa atingir jovens de 14 a 20 anos e pessoas idosas que necessitam de atividades na comunidade do Horto (RJ). O valor dos fundos arrecadados foi de R\$ 97.475,00

- 8- O *Instituto Recriar* presta amplo atendimento para crianças de rua em Porto Alegre (RS). Foi fundado por um grupo de amigos que encontraram por acaso um grupo de cinco crianças de rua em uma noite fria. Eles deram abrigo aos garotos por uma noite e tentaram - em vão - encontrar um lugar apropriado para eles no dia seguinte. Depois de 50 dias de busca frustrada, eles resolveram fundar um instituto para oferecer permanente abrigo para aqueles meninos e outras crianças. O projeto se chama *Casa Amarela de araucária* e tem como finalidade a construção de uma Casa Amarela de Araucária para prestar amplo atendimento e programas educacionais, incluindo reabilitação de laços familiares. O projeto visa também servir de base para a criação da Casa Rosa, um abrigo para meninas de rua. Conseguiram alcançar o orçamento necessário que era de R\$ 120.000,00
- 9- O *Cernegro* oferece orientação para questões de racismo, violência familiar e direitos fundamentais à comunidade afro-descendente de Recanto das Emas, cidade satélite de Brasília. A instituição desenvolve ainda o projeto Quilombo Urbano, para a construção de casas para famílias pobres através de mutirão, bem como o projeto Trançando a Consciência, de geração de renda através da confecção de tranças para jovens, mulheres e afro-descendentes. A ONG tem por objetivo a construção da sede da Organização para abrigar todas as atividades culturais e artísticas desenvolvidas pela instituição. O nome do projeto é o mesmo que a da ONG. Captou junto a BVS R\$ 120.000,00
- 10- A ONG *Pequeno Nazareno* estimula crianças que vivem nas ruas e praças da cidade de Fortaleza e Recife a sair da rua, encaminhando-as a um abrigo chamado Sítio O Pequeno Nazareno onde a criança participa de um processo educativo que inclui escola formal, reforço escolar, atividades esportivas, artísticas e recreativas, além de orientação moral, ética e

religiosa. O projeto *Rua é lugar de se Morar?* Estimula a criança a deixar a rua e encaminhando a mesma para o sítio. Os fundos levantados através da BVS foram de R\$ 96.816,00.

- 11- Localizado em uma área de alto risco social em Aracaju (SE), o *Espaço Cultural Imbuauça* (ONG) tornou-se uma referência de lazer e cultura para as crianças e jovens da comunidade local ao promover a realização periódica de oficinas, palestras, mostras de vídeo e festivais de cultura popular. O projeto *Mané Preto* visa à implantação de cursos de artes, música e teatro para 100 alunos do bairro de Santo Antonio, zona norte de Aracaju (SE) e a visitas monitoradas a espaços culturais, apreciação artística de espetáculos, filmes e exposições. Arrecadou R\$ 70.000,00 junto a BVS.

Há ainda mais projetos em fase de conclusão junto a BVS. Foram apresentados estes para elucidar como os mesmos se manifestam, o modo de interação com a comunidade ou município no qual está sendo executado e seus principais objetivos na prática, mostrando de forma clara e simples a sua conclusão. Pode-se perceber que o auxílio da BVS não atende apenas a uma única região do país, abrange todas as regiões e não atende somente a educação, mas também cultura, saúde e assistência social, conforme mostra a figura 1.

Figura 1 – Impactos Sociais



Fonte: Relatório Anual BOVESPA (2004)

A figura 1 mostra as áreas onde os projetos da BVS pretendem aplicar o recurso financeiro adquirido. Em azul está a área predominante dos projetos sociais voltados a

educação. Em vermelho são os relacionados ao direito humano. Já os verdes mostram projetos relativos ao meio-ambiente.

Pode-se perceber que o centro-sul está ligeiramente concentrado, em comparação com as demais regiões. Isso se deve ao fato da informação e do acesso aos meios de comunicação (principalmente Internet), estarem localizados nas regiões mais ricas. Além do que, os empresários dispostos a auxiliarem o trabalho das ONG'S, geralmente dão preferência as suas áreas de atuação empresarial. Segue abaixo um pequeno resumo do mercado de boas ações.

Quadro 1 – Resumo de Boas Ações

R\$ 2 milhões foi o que a **Bolsa de Valores Sociais** já recolheu desde janeiro de **2004**
para **38 projetos sociais**

11 projetos já fecharam as suas cotas de captação, com **R\$ 920.000,00**

R\$ 120.000,00 foi o que captou só o projeto **Casa Amarela de Araucária**, do Instituto
Recriar.

R\$ 8,4 milhões é o que os 30 projetos hoje no pregão querem captar

Cerca de **145.000** pessoas beneficiadas em mais de **17** estados brasileiros

Fonte: Revista Época (2005)

Os resultados após o primeiro ano de funcionamento da BVS podem ser vistos de forma benéfica. Até maio de 2005, onze ONG'S captaram o montante de recursos necessários para o início de seus projetos. Porém a quantia total captada da BVS nesse período foi de algo em torno de R\$ 1,1 milhões, valor que representa 12% do valor da carteira original.

CONCLUSÃO

A responsabilidade social está apenas iniciando no meio empresarial, sendo um tema bastante abrangente. Devido a esse fato, o tema foi limitado a sua aplicação no mercado de capitais brasileiro, algo totalmente inovador neste setor.

Apesar da escassez de livros sobre o assunto, a revisão bibliográfica contribuiu fundamentalmente, havendo maior disponibilidade de periódicos e materiais de revistas e *sites*.

A responsabilidade social corporativa está fundamentada na ética, na transparência das relações entre diferentes públicos que dependem da organização, sejam seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas e comunidades, necessitando ter as ações vinculadas ao planejamento estratégico e serem sistêmicas e focadas em resultados. Diferencia-se, assim, da filantropia, cujas ações são pontuais, caridosas e sem necessidade de acompanhamento e continuidade.

O Brasil é um país que, ao mesmo tempo em que disputa no mercado global, em igualdade de condições com grandes potências econômicas, em setores de tecnologia avançada, convive com problemas sociais só comparados a países com profundo subdesenvolvimento.

Esse panorama proporciona condições objetivas para que os empresários brasileiros e estrangeiros que investem no país passem a ter uma atenção especial a uma opção de investimento que, além de estar fundamentada em princípios éticos, poderá assegurar-lhes a possibilidade de agregar valores positivos e diferenciado a imagem das suas companhias.

A escolha pelas práticas de responsabilidade social, praticamente representa quase uma questão de sobrevivência para as empresas estrangeiras, onde existe uma rejeição natural, por parte dos consumidores, às corporações que não atuam na área social; pode vir a se transformar num fator decisivo para o sucesso ou fracasso de um produto ou serviço também no mercado brasileiro. Com base nessa perspectiva de mercado, acredita-se que estão sendo criadas condições favoráveis no Brasil para a implementação de ações socialmente responsáveis por parte das empresas.

Podemos observar que num futuro próximo os diferenciais poderão ser a ética e a responsabilidade social, e não apenas qualidade e preço.

Analisando a tendência das empresas, principalmente privadas, o mercado de capitais começa a adotar essa prática empresarial. Foi apresentado o histórico das Bolsas, mostrando a sua natureza capitalista, promovendo a especulação e a busca contínua pelo lucro. Mas até o mercado acionário além de continuar nesta evolução, percebe que outras decisões devem ser tomadas. Assim cria-se a Bolsa de Valores Sociais, um local onde agentes econômicos interagem, proporcionando benefícios para ambas às partes.

Este estudo a respeito do programa de responsabilidade social da BOVESPA visa também informar as Bolsas interessadas que possam analisar a viabilidade de desenvolver algo semelhante a BVS brasileira, mas adaptada às circunstâncias locais. Em sociedades como a brasileira, onde o mercado de capitais ainda está em desenvolvimento, à existência de uma BVS poderá ajudar a explicar como uma bolsa funciona, podendo também democratizar o acesso aos recursos sociais e reforçar a credibilidade das ONG'S. Importante destacar também o fato de que a BVS auxilia na imagem da BOVESPA, humanizando as instituições financeiras e econômicas, ajudando a consolidar a confiança da população nas boas intenções desses agentes econômicos.

Conclui-se que os programas sociais da BVS vem contribuindo para a redução das desigualdades sociais no Brasil, através da parceria com ONG'S e capital dos "investidores", ao canalizar recursos destes para comunidades carentes, como foi mostrado no capítulo 4.

Fica como sugestão de estudo, analisar a variável social através de ferramentas econométricas, destacando a sua importância entre as variáveis que influenciam no desempenho do mercado de ações da BOVESPA.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO. **Informações históricas e econômicas da Bovespa**. Disponível em: <www.bovespa.com.br>. Acesso em: 14 de março de 2005.

BOLSA DE VALORES SOCIAIS. **Informações históricas e exemplos de projetos adotados**. Disponível em: <www.bovespasocial.com.br>. Acesso em: 20 de Abril 2005.

CERTO, Samuel C. e PETER, J. Paul. **Administração Estratégica**: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Makron Books, 1993.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. Volume I, Rio de Janeiro: Campus, 1999.

FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e Liberdade**. São Paulo: Abril, 1984.

LAKATOS, Eva Maria. **Sociologia da Administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

OLIVEIRA, Miguel Delmar. **Introdução ao Mercado de Capitais**. Rio de Janeiro: CNBV, 1984.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Teoria Geral da Administração**: da revolução urbana a revolução digital. São Paulo: Atlas, 2002.

MELAGI, Armando Filho. **Mercado Financeiro e de Capitais**: Uma Introdução. São Paulo: Atlas 1995.

MOTA, Carlos Renato (org). **Estado e Sociedade**. Brasília: Sesi-Dn, 2000.

MOTA, Fernando C. Prestes e CALDAS, Miguel P. (org). **Cultura Organizacional e Cultura Brasileira**. São Paulo: Atlas, 1997.

PINDYCK, Robert S; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. São Paulo: Makron, 1999.

REVISTA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO – CFA. **Gestão com Responsabilidade Social**: A experiência Brasileira e as perspectivas surgidas a partir do governo Lula. Ed. nº 46, ano XIV, setembro de 2004.

REVISTA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO – CFA. **Responsabilidade Social - Encarte Especial**. Ed. nº 44, ano XIV, março de 2004.

REVISTA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO – CFA. **Responsabilidade Social Corporativa**: Um estudo de Aplicação e resultados da norma S.A. 8000 no Brasil. Ed. nº 44, ano XIV, março de 2004.

ROSSETI, José Paschoal. **Introdução a Economia**. São Paulo: Atlas, 1982.

RUDGE, Luiz Fernando e Cavalcante, Francisco. **Mercado de Capitais**. Belo Horizonte: CNBV, 1998.

SCHWARTZ, Christian. Assinar o cheque é só o começo da ação social. **Revista Expressão**. Florianópolis, nº 119, ano 12, 2002.

TOLEDO, Flávio de. **O que são recursos humanos?** São Paulo: Brasiliense, 1999.