

## RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA ANÁLISE DOS RELATÓRIOS DOS MAIORES BANCOS DO BRASIL NA PANDEMIA DA COVID-19

**EDUARDO FELIPE DE ARAUJO**

**RAFAEL FERNANDES DE MESQUITA**

**ADRIANA KIRLEY SANTIAGO MONTEIRO**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - UFPI

**JOHANNES DE OLIVEIRA LIMA JUNIOR**  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DO PIAUÍ

**ADELQUIS STANLEY MONTEIRO SANTIAGO**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - UFPI

### **Introdução**

A pandemia da COVID-19 trouxe desafios para a sociedade e para as empresas, que precisaram se adaptar rapidamente para enfrentar a crise. Nesse contexto, a responsabilidade social das empresas se tornou ainda mais importante, e os bancos, como instituições financeiras essenciais, tiveram um papel fundamental na ajuda à sociedade.

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Diante desse cenário, o presente estudo tem como objetivo analisar os relatórios de responsabilidade social dos maiores bancos do Brasil durante a pandemia da COVID-19, a fim de identificar as principais ações realizadas por essas instituições e avaliar o alinhamento dessas ações com a literatura acadêmica sobre responsabilidade social.

### **Fundamentação Teórica**

A fundamentação teórica aborda conceitos relacionados à responsabilidade social das empresas, destacando a importância desse tema em momentos de crise como a pandemia da COVID-19. Também são apresentados estudos que analisam as ações de responsabilidade social de empresas durante a pandemia, bem como a literatura sobre os relatórios de responsabilidade social.

### **Metodologia**

O estudo é descritivo e utiliza a pesquisa documental como método. A amostra é composta pelos três maiores bancos do Brasil em termos de ativos totais de mercado, de controle acionário privado. Os dados foram coletados a partir dos relatórios de responsabilidade social publicados pelos bancos no período de 2020 a 2022.

### **Análise dos Resultados**

Os resultados indicam que os bancos analisados realizaram diversas ações de responsabilidade social durante a pandemia, como doações para hospitais e instituições de caridade, prorrogação de dívidas e apoio a pequenas empresas. Essas ações estão alinhadas com a literatura acadêmica sobre responsabilidade social e demonstram o compromisso dos bancos em ajudar a sociedade em um momento de crise.

### **Conclusão**

Os resultados indicam que os bancos analisados realizaram diversas ações de responsabilidade social durante a pandemia, como doações para hospitais e instituições de caridade, prorrogação de dívidas e apoio a pequenas empresas. Essas ações estão alinhadas com a literatura acadêmica sobre responsabilidade social e demonstram o compromisso dos bancos em ajudar a sociedade em um momento de crise.

### **Referências Bibliográficas**

ALMEIDA, T. A.; SILVA, J. D.; OLIVEIRA, M. C. Responsabilidade social corporativa e a influência de aspectos do ambiente institucional: uma análise no setor bancário brasileiro. Revista Universo Contábil, v. 11, n. 4, p. 44-62, 2015. AMARAL, A. S. As sociabilidades necessárias ao capital: o trabalho em migalhas no contexto da pandemia da Covid-19. Revista Em Pauta, v. 19, n. 48, p. 57-69, 2021. ANDRADE, M. A. M.; GOSLING, M.; LIMA, G. C. O. A "Responsabilidade Social" dos bancos no Brasil. Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 5, n. 3, p. 168-182, 2011. [...] lista completa no pdf enviado

### **Palavras Chave**

Responsabilidade social, Bancos, Covid-19

# RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA ANÁLISE DOS RELATÓRIOS DOS MAIORES BANCOS DO BRASIL NA PANDEMIA DA COVID-19

## RESUMO

A COVID-19 foi um período de desafio para as empresas. Com os bancos não foi diferente, pois estes dependem da movimentação financeira de seus clientes para crescer e manter uma economia estável. O objetivo desta pesquisa é analisar os Relatórios de Responsabilidade Social (RS) dos maiores bancos privados do país, a fim de destacar se houveram e quais foram as ações incidentes para o contexto da COVID-19 nos anos de 2020 a 2022, identificando práticas alinhadas à literatura acadêmica sobre RS. A apuração dos dados foi feita com base nos relatórios de responsabilidade dos bancos, publicados nos respectivos sítios eletrônicos das instituições financeiras, apresentando-se como uma pesquisa documental. Como principais resultados, foram identificadas 75 ações incidentes para o contexto da COVID-19, com o banco Bradesco se destacando como a instituição financeira analisada com o maior número de ações realizadas, sendo 40 ações ao todo, seguido pelo Itaú Unibanco com 22 ações e 13 ações pelo banco Santander, alinhadas às características de Responsabilidade Social a partir da literatura acadêmica especializada.

**Palavras-chave:** Bancos, Responsabilidade Social, COVID-19.

## 1 INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social (RS) tornou-se uma preocupação crescente das instituições, que passaram a ser avaliadas não somente por seu desempenho financeiro, mas também pelo desempenho social e suas ações promovidas para o desenvolvimento da sociedade (Carlos; Morais, 2021). Ademais, à medida que as empresas e demais organizações expandem seus negócios, precisam considerar as obrigações sociais e ambientais, que diferem consideravelmente em cada contexto. Atualmente, o contexto vivenciado pelas empresas são os desafios impostos pela pandemia causada pelo vírus da COVID-19 (Koprowski *et al.*, 2021).

A indústria bancária, para Oliveira, Macedo e Corrar (2010), de maneira geral, possui um papel fundamental na economia mundial e de qualquer nação, sendo o principal agente financiador das demais instituições. Na perspectiva da RS, torna-se indispensável que os bancos adotem e promovam ações voltadas a sociedade, visando minimizar efeitos negativos de suas ações e o contínuo desenvolvimento social. Um número crescente de especialistas em investimentos acredita que fatores ambientais, sociais e de governança corporativa (i.e., do inglês *Environmental, Social and Corporate Governance*, sigla conhecida como ESG) podem influenciar o desempenho das carteiras de investimento, considerado como um dever fiduciário dos investidores (Sullivan *et al.*, 2015).

Quase três anos após a explosão da pandemia, o cenário do evento sanitário revela em números e nas agravadas expressões da questão social, a crise que atingiu diversos setores, dentre eles o setor financeiro público e privado, aos quais os bancos estão diretamente ligados. É um colapso de dimensões inimagináveis, muito embora seja esta mais uma das crises imanentes da dinâmica do capital, dos seus modos de produção e preservação da vida social (Amaral, 2021).

A pandemia da COVID-19 representa o maior desafio global deste século XXI até agora (Carlos; Morais, 2021). Os recursos necessários ao combate à doença e/ou gerados pela adoção de medidas de prevenção e controle, como o distanciamento social, geraram

um colapso economicamente impactante aos bancos e aos países (Brito *et al.*, 2020). Desta forma, as estratégias desenvolvidas pelos bancos para tentar estabilizar suas receitas, mantendo ou ampliando seus lucros em situação de crise, proporcionar um equilíbrio à economia do país e ainda cumprirem seu papel social, tornaram-se um assunto relevante a ser observado pela gestão de instituições financeiras e a sociedade, de modo geral e com foco acadêmico. Assim, surge o seguinte problema que direciona esta pesquisa: Quais ações sociais tomadas durante o período da COVID-19 podem ser observadas nos relatórios de responsabilidade social dos bancos?

A partir do questionamento anterior e diante do contexto brevemente discutido, o objetivo desta pesquisa é analisar os Relatórios de Responsabilidade Social dos maiores bancos privados do país, a fim de destacar se houve e quais foram as ações incidentes para o contexto da COVID-19 nos anos de 2020 a 2022, identificando práticas alinhadas à literatura acadêmica sobre RS. O estudo se diferencia de outros, por tratar-se de uma temática ainda pouco explorada, que é a divulgação da responsabilidade social dos bancos, tanto no cenário nacional quanto internacional, alinhada ao contexto vivenciado na COVID-19 (Martins; Silva Filho; Mannarelli Filho, 2021). O intuito é contribuir para o preenchimento da lacuna existente de estudos sobre Responsabilidade Social no contexto bancário, devido ao fato de este ser um setor que é usualmente negligenciado das análises realizadas na presente área de estudo (Barakat, 2013).

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 O setor bancário do Brasil em meio a Responsabilidade Social**

O setor financeiro, bem como o bancário, tem grande participação no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil por sua expressiva representatividade no setor de serviços, pela quantidade de pessoas empregadas em suas instituições, pelos salários e impostos pagos, sendo um forte contribuinte para a consecução dos objetivos de outros setores de atividades econômicas no país (Silva, 2014).

Para Serra (2020), muitos fatores como mudanças de regulamentação, novos meios de interação e comunicação e o aumento dos investimentos em Tecnologias da Informação (TI), vêm criando um cenário competitivo no setor bancário, uma vez que, com uma crescente globalização, o âmbito bancário tem experimentado uma maneira diversificada de executar e pensar suas atividades e seus impactos à sociedade.

O desenvolvimento econômico de um país está diretamente ligado à atividade bancária, pois a intermediação financeira torna mais eficaz a formação de capital, eleva os níveis de consumo, a produção de renda e incentiva a poupança individual, além de aumentar a eficiência da produção, pois os recursos tendem a ser aplicados em atividades que resultam em retornos privados, como é o caso do Brasil que possui altos níveis de exportação da produção agrícola e de matérias primas (Rech, 2010).

Ao atuarem como financiadores de projetos nos mais diversos setores da produção de produtos e serviços, os bancos representam um importante papel no desenvolvimento e na promoção da responsabilidade social, na medida em que influenciam esse comportamento em outras empresas e, ao mesmo tempo, buscam cumprir o seu dever e desenvolver suas próprias ações para com a sociedade (Sobhani; Amran; Zainuddin, 2012).

É notória a importância da responsabilidade social dos bancos, especialmente no tocante às questões ambientais, e a imagem proporcionada por essas práticas, pois está ligada à sua atividade de financiamento. Um empréstimo concedido a clientes com práticas de sustentabilidade duvidosa pode comprometer a reputação da instituição

bancária e trazer repercussões negativas até mesmo aos seus resultados operacionais (Rodrigues, 2013).

A pesquisa *Sustainability Survey of Financial Institutions*, realizada pela *Internacional Finance Corporation* (IFC), em 2005, com 120 bancos de 43 mercados emergentes, revelou que a principal razão que leva os bancos a considerarem aspectos sociais e ambientais em suas práticas de gestão é o aumento de credibilidade e reputação. Olhar as questões sociais e ambientais nas práticas bancárias favorece a gestão de riscos, em especial, relacionados à exposição negativa da imagem (Brito *et al.*, 2020).

Portanto, para as instituições financeiras, a responsabilidade socioambiental tem dois componentes. Um componente é a gestão dos riscos sociais e ambientais na tomada de decisões estratégicas e na concessão de empréstimos. Elas podem concentrar investimentos em empresas e projetos com maior desempenho ambiental, social e financeiro, o que ajuda a proteger a sua carteira de ativos, diminuindo empréstimos inadimplentes, aumentando a estabilidade financeira e protegendo sua reputação (IFC, 2007).

O outro componente é a identificação de oportunidades para o desenvolvimento de novos produtos em áreas relacionadas com a responsabilidade socioambiental. Por exemplo, oportunidades ligadas à energia renovável, eficiência energética, processos e tecnologias de produção mais limpas, conservação da biodiversidade, micro finanças e serviços financeiros voltados para habitação de baixa renda (IFC, 2007).

O amadurecimento do processo de incorporação de indicadores sociais e ambientais aos negócios, em todo o mundo, demonstrou que, por sua importância na economia, o setor de serviços, em especial o financeiro, que tem contato com todos os outros setores produtivos, tem um enorme potencial para influenciar mudanças na sociedade. Além disso, por meio das carteiras dos seus clientes, os bancos estão expostos a um conjunto de questões sociais e ambientais mais diversificados do que a média de negócios (Barakat, 2013).

O Sistema Financeiro Nacional Brasileiro é predominantemente bancário, uma vez que esse setor reúne mais de 90% do total de ativos do sistema. Nesse contexto, esse setor é altamente concentrado. Esta concentração é fruto do processo de consolidação iniciado nos anos 1990, tendo se estabilizado nos últimos anos após as duas últimas grandes operações: a compra do Banco Real pelo Santander, em 2007, e a fusão do Itaú com o Unibanco, em 2008. Nesse contexto, as pressões têm crescido sobre os bancos para que desenvolvam e divulguem suas práticas éticas e sociais (Coeli; Pires, 2022).

Os maiores bancos do Brasil caracterizam-se por manter grandes operações de varejo, voltados tanto para pessoas físicas quanto para pessoas jurídicas, o que os obriga a possuir uma extensa rede de agências (Barakat, 2013). A elevação da renda da população, altos gastos e investimentos na saúde contribuíram para sua bancarização e tem provocado uma corrida para a abertura de novas agências, pontos de atendimento expressos e instalação de terminais de autoatendimento tanto nas capitais quanto em cidades do interior, com intuito de maior conquista e fidelização de clientes ao redor do país (Barakat; Boaventura; Polo, 2017).

## **2.2 O contexto da pandemia da Covid-19 e a Responsabilidade Social**

Desde o início do surto de coronavírus (SARS-CoV-2), causador da COVID-19, houve uma grande preocupação diante de uma doença que se espalhou rapidamente em várias regiões do mundo, com diferentes impactos e em diferentes setores. Em razão disso, ações e estratégias que envolvem a responsabilidade social de cada instituição

sofreram alguma mudança ou adaptação, para que estes possam se prospectar apesar do contexto vivido (Freitas; Napimoga; Donalisio, 2020).

A COVID-19 é uma doença infectocontagiosa causada pelo vírus da síndrome respiratória aguda grave 2 (SARS-CoV-2). Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), em 31 de dezembro de 2019, em Wuhan, na China, foram descritos os primeiros casos de pneumonia causada por este agente biológico, até então desconhecido. Desde então, os casos começaram a se propagar rapidamente pelo mundo, inicialmente pelo continente asiático, havendo relatos na Tailândia, Japão e Coreia do Sul nos dias 13, 15 e 20 de janeiro de 2020, respectivamente. Em seguida, o vírus foi importado para outros países e continentes (Brito *et al.*, 2020).

Segundo os dados estatísticos apresentados nos trabalhos de Jacques *et al* (2022), desde o aparecimento dos primeiros casos em dezembro de 2019, até o dia 3 de março de 2022, a pandemia da Covid-19 já havia causado mais de 438 milhões de infecções confirmadas, o que custou mais de cinco milhões de vidas em todo o mundo. O Brasil é o segundo país com o maior número de óbitos por COVID-19 em termos absolutos, com mais de 650 mil mortos, atrás apenas dos Estados Unidos. A taxa de mortalidade no Brasil chegou a 309,6 por 100 mil habitantes.

A COVID-19 foi um período de desafio para as empresas. Com os bancos não foi diferente, pois estes dependem da movimentação financeira de seus clientes, sejam eles físicos ou jurídicos, para crescer e manter uma economia estável. Neste sentido, a responsabilidade social é caracterizada por ações que empresas desenvolvem envolvendo o seu público ao máximo, seja ele interno ou externo, objetivando, ao mesmo tempo, a busca pela preservação do bem-estar social da sociedade e do meio ambiente, mas também a obtenção de lucros tanto no ramo empresarial ou físico dos seus clientes (Amaral, 2021).

Com o advento da pandemia e diante da incapacidade do poder público na condução do tema, empresas e organizações tem mobilizado um valor cada vez maior para ações na sociedade, em torno de 7,44 bilhões até maio de 2021, com destaque ao período inicial da pandemia. Após o seu aumento e expansão, as empresas ampliaram os esforços para uma maior arrecadação, em um período compreendido entre 31 de março e 27 de setembro, arrecadando R\$ 6,34 bilhões para o enfrentamento a pandemia. (Córdula, 2020; Santos, 2020).

Dessa forma, o ambiente corporativo e privado tem, cada vez mais, assumido um papel protagonista de algumas funções, seja por impactos gerados pelas suas operações, ou para atender as expectativas de seus stakeholders (partes interessadas) com relação à sua responsabilidade social (Mainardi, 2020).

Reflexos de uma gestão cheia de problemas e ineficiente, incluindo denúncias de corrupção, têm ficado cada vez mais dependentes dos investimentos privados, restringindo, dessa forma, o acesso de grande parte da população a tais serviços do estado mínimo que foram evidenciados durante a pandemia: a ausência de infraestrutura mínima de equipamentos e materiais para o enfrentamento adequado às necessidades dos cidadãos (Córdula, 2020).

O Estado não foi capaz de cumprir e prover uma estrutura adequada para atender a alta demanda causada pela pandemia. Sendo um reflexo de uma opção realizada no final da década de 1970, onde foi dada total priorização ao princípio de mercado com a privatização de alguns bens sociais coletivos, dando protagonismo a mercantilização da vida coletiva (Córdula, 2020; Santos, 2020 e Mainardi, 2020).

O mundo parou, muitas vidas perdidas pelo colapso causado na saúde, e os países com maior número de mortes foram justamente aqueles que no momento de efetivar a única arma eficaz contra a disseminação incontrolável

são aqueles que optaram pelo capital ao invés de vida, que não quiseram parar a produção para frear o causador do COVID-19, países onde tudo é gerador de lucro, inclusive a saúde. Os governantes nunca mostraram tão claramente sua face cruel, mediana ou solidária. Os países, quanto mais adeptos do capitalismo, mas cruéis foram com seus cidadãos com as vítimas, pessoas morreram em casa, sem nenhuma dignidade, outras morreram no hospital, sem o direito primário de dizer adeus aos seus entes queridos (Mainardi, 2020 p. 121).

Portanto, em meio a este contexto complexo da pandemia da COVID-19, as empresas, com suas ações de responsabilidade social e com o investimento social privado, surgem na tentativa de apoiar, sob diversas perspectivas, o enfrentamento à pandemia, cujas motivações merecem uma investigação mais detalhada (Carlos; Morais, 2021). De qualquer forma, o setor empresarial vem gradativamente assumindo pautas como os direitos humanos, igualdade, qualidade de vida, educação e o socorro à população durante a pandemia (Martins; Silva Filho; Mannarelli Filho, 2021).

### **2.3 Ações de Responsabilidade Social**

A responsabilidade social das empresas tem recebido muitas análises, sendo um assunto que tem despertado interesse tanto no meio acadêmico quanto entre os empresários, órgãos governamentais e até no seio dos grupos interessados na melhoria da qualidade de vida (Barakat; Boaventura; Polo, 2017).

Há vários conceitos e teóricos que buscam determinar o que é a responsabilidade social e seu objetivo, Chamberlain (1979) definiu responsabilidade social como as ações dos dirigentes das empresas frente a uma determinada situação. Um conceito que é complementado com a tese de Bowen (1957), que era seu contemporâneo, em que ele explica ainda que a responsabilidade social pode ser satisfeita somente pelo ótimo desempenho das obrigações para com os indivíduos em particular e não para a sociedade como um todo.

Em décadas posteriores, Oliveira (1984) traz um conceito contrastante, indicando que a responsabilidade social é como uma preocupação e percepção das empresas para com as expectativas do público. Seria, então, a utilização de recursos humanos, físicos e econômicos para fins sociais amplos, e não simplesmente para satisfazer interesses de pessoas ou organizações em particular.

Tenório (2007) destaca três formas básicas que as empresas podem atuar socialmente, são elas: filantropia empresarial, cidadania empresarial e responsabilidade social corporativa, que seguem uma forma evolutiva do termo, mas que ainda coexistem na atualidade. A filantropia empresarial, tem como suas bases a atitude altruísta e desprendida, relacionada a virtude cristã, na qual, a empresa pode promover ações de iniciativas filantrópicas para melhorar seu contexto competitivo, a qualidade do ambiente de negócios no local, ou locais, em que opera (Barakat, 2013).

Para Schommer (2000) a filantropia empresarial é fundamentada, principalmente, por um aspecto assistencialista e caridoso. Essa característica histórica associada à filantropia carrega consigo um fator negativo, pois não ficam evidenciadas transformações sociais e econômicas profundas, estando mais ligadas à vontade pessoal do filantropo, fora das estratégias e políticas das empresas (Borger, 2013).

Já a cidadania empresarial acontece por meio de uma maior participação da empresa para com a comunidade, seja através de apoio a projetos e ações sociais externos, pela doação de mão de obra nos moldes de voluntariado empresarial ou, como Schommer (2000) refere ser a cidadania empresarial, a participação ativa da empresa em suas relações com as cidades e comunidades com as quais dividem o mesmo território.

Por fim, a responsabilidade social corporativa ou empresarial, é entendida, conforme Tenório (2007, p. 42), como “compromisso da empresa com a sociedade na busca da melhoria da qualidade de vida da comunidade”. Para Guédez (2014), a RSE, é parte da estratégia empresarial para retorno positivo de imagem, reputação e posicionamento, visto que a forma como ela é percebida pela sociedade é determinante para seu desenvolvimento. Sólito (2013), por sua vez, considera que as empresas devem considerar seus impactos sociais e ambientais para evitar que pressão de grupos sociais e consumidores maculem sua imagem e reputação, impactando diretamente em seu lucro.

O Quadro 01, a seguir, apresenta o resultado da síntese da discussão proposta nesta seção, que possibilitou a organização das principais ações que se enquadram na caracterização de responsabilidade social.

**Quadro 01- Principais ações que caracterizam a responsabilidade social**

<b>Ações</b>	<b>Breve descrição da ação</b>	<b>Fontes</b>
Gestão de Riscos Socioambiental	Tomar a melhor decisão em relação à concentração de investimentos em empresas e projetos com maior desempenho ambiental, social e financeiro.	Barakat, Boaventura e Polo (2017)
Novos produtos	Oportunidades ligadas à energia renovável e a serviços financeiros, ligados principalmente por tecnologias e Inovações.	Barakat, Boaventura e Polo (2017)
Filantropia Empresarial	A empresa pode promover ações de iniciativas filantrópicas para melhorar a qualidade do ambiente de negócios no local e concentrar a destinação de verbas para fins sociais.	Martins, Filho e Filho (2021)
Cidadania Empresarial	É prestar apoio a projetos e ações sociais externos e internos, pela doação de mão de obra ou outros recursos nos moldes de voluntariado empresarial.	Martins, Filho e Filho (2021)
Ações de Responsabilidade Social Corporativa ou Empresarial Genéricas	As empresas devem considerar seus impactos sociais e ambientais para evitar que pressão de grupos sociais e consumidores maculem sua imagem	Martins, Filho e Filho (2021)
Partes Interessadas ( <i>Stakeholders</i> )	Realizar parcerias com partes interessadas relevantes para atingir os objetivos comuns para o desenvolvimento da sociedade.	Carlos e Morais (2021)
Alinhamento de Estratégias	Alinhar as estratégias do negócio em conformidade com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, Acordos Climáticos e estruturas nacionais relevantes.	Carlos e Morais (2021)

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Sartore (2006) reforça que a importância da responsabilidade social vai além da imagem proporcionada para a reputação da empresa, ela reduz riscos, tendo em mente o componente ambiental. Ela é fundamental para a preservação do meio ambiente, e sua ausência pode tornar a empresa sujeita a perder recursos – financeiros ou não –, acionistas, fornecedores e até financiadores, uma vez que, para os bancos, o componente ambiental é muito importante, pois é um fator determinante na análise dos investidores.

Uma iniciativa consolidada em novembro de 2019 durante a Assembleia Geral anual da ONU, com o endossamento por mais de 100 instituições do setor bancário internacional, definiu as diretrizes da responsabilidade bancária, orientando que as instituições financeiras do mundo incorporem a sustentabilidade em todas as áreas de seus negócios, definindo padrões para compreensão dos aspectos ambientais, sociais e de

governança, nivelando-os à importância dos aspectos econômicos e financeiros nas atividades e negócios dos bancos (Boaechat; Barreto, 2018). Os autores Carlos e Morais (2021) sugerem que a principal razão apresentada aos bancos para serem signatários dos Princípios do *United Nations Environment Programme Finance Initiative* (UNEPFI) é o suporte para aproveitarem as oportunidades de negócios nesta era de desenvolvimento sustentável e gerenciem os riscos emergentes do novo ambiente operacional.

Os bancos signatários dos Princípios para a Responsabilidade Bancária (PRB) comprometem-se a alinhar seus negócios com metas ambiciosas que contribuem para as metas globais e nacionais de sustentabilidade, com a formalização de compromissos e revisão anual de seu progresso individual englobando princípios como: alinhar a estratégia de negócios para ser consistente e contribuir com necessidades das pessoas e objetivos da sociedade, conforme os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, Acordo Climático de Paris e estruturas nacionais e regionais relevantes; Trabalhar com responsabilidade com os clientes e consumidores para incentivar práticas sustentáveis e permitir atividades econômicas que criem prosperidade compartilhada para as gerações atuais e futuras, bem como realizar de forma proativa e responsável parcerias com as partes interessadas relevantes para atingir os objetivos da sociedade (Carlos Morais, 2021).

Pode-se dizer, assim, que o principal objetivo de uma política de responsabilidade social é equilibrar com justiça os interesses dos *stakeholders* da organização. Uma empresa socialmente responsável não precisa renunciar aos seus objetivos de lucratividade e desenvolvimento econômico, mas deve agir de acordo com as leis vigentes, de maneira ética com seus diversos públicos e com equilíbrio ambiental e assim obter uma boa imagem social (Koprowski *et al.*, 2021).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo caracteriza-se por ser descritivo, pois seu cunho principal é descrever e estudar as características dos relatórios de responsabilidade social, em que a amostra analisada é o segmento de organizações financeiras privadas do tipo “bancos”, destacando os 3 maiores em números de ativos totais de mercado, segundo dados do sistema IFData divulgados pelo Banco Central do Brasil referentes ao ano de 2022.

A pesquisa descritiva apura fatos, registra, analisa, categoriza e os interpreta. A princípio, busca-se detalhar acerca do tema responsabilidade social e ações tomadas durante o período pandêmico. Para tanto, foi realizada uma busca bibliográfica em materiais elaborados e publicados, como dissertações, livros, artigos, teses e outros em bases de dados acadêmicos em sítios eletrônicos (Serra, 2020).

É princípio de o estudo documental ter como ponto de partida coleta de dados em documentos, escritos ou não, que compõem as fontes primárias. Estas podem ter sido constituídas no exato instante em que a circunstância ocorre, ou após (Marconi, 2019). A apuração dos dados foi feita com base nos relatórios de responsabilidade dos bancos no recorte temporal de 2020 a 2022, publicados nos respectivos sites eletrônicos, apresentando-se como uma pesquisa documental. Para a pesquisa, utilizou-se a população das 3 (três) maiores instituições financeiras do país (bancos) na ótica de maiores ativos no ano de 2022, nas quais as três são de controle acionário privado, conforme detalhado no Quadro 2. O intervalo analisado (2020 a 2022) foi escolhido em razão da disponibilidade dos dados e por ser o período de início e de maiores picos de casos da pandemia.

Quadro 02 – Instituições financeiras pesquisadas

<b>RAZÃO SOCIAL</b>	<b>ATIVOS TOTAIS (2022)</b>	<b>CONTROLE</b>
<b>ITAU UNIBANCO S.A</b>	R\$ 1,960 trilhão	Privado
<b>BCO. BRADESCO S.A</b>	R\$ 1,431 trilhão	Privado
<b>BCO. SANTANDER (BRASIL) S.A</b>	R\$ 987,895 milhões	Privado

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

Vale ressaltar que, apesar do interesse em analisar os relatórios dos bancos no ano de 2022, os relatórios não haviam sido disponibilizados ao público nos sites das instituições propostas durante o período de coleta e análise dos dados e este período foi excluído da amostra.

Para tratamento dos dados foi feita uma análise do conteúdo obtido nos relatórios de responsabilidade social dos bancos, organizados e estruturados após leitura e investigação aprofundada. Segundo Hsieh e Shanon (2005), esta técnica foca nas características da linguagem da comunicação com atenção ao conteúdo ou significados explícitos e implícitos dentro do contexto do conteúdo. Os autores definem a análise de conteúdo como um método de pesquisa para a interpretação subjetiva do conteúdo dos dados de um texto pelo processo sistemático de codificação e identificação de temas ou padrões, por meio de procedimentos qualitativos que focalizam as peculiaridades e as relações entre os elementos, enfatizando o significado relevante, o que pode não ser necessariamente frequente no texto, classificando os elementos de maneira que se tenha sentido, obedecendo-se regras como: homogeneidade, exaustão, exclusividade, e conteúdo válido.

Os resultados desta análise serão trazidos para discussão à luz da literatura abordada no referencial, categorizados de acordo com as ações apresentadas no quadro 01 e são apresentados na seção seguinte.

#### **4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

A partir da análise dos relatórios de Responsabilidade Social dos 3 maiores bancos nos os anos de 2020 e 2021 sob a perspectiva de 7 categorias relacionadas as principais ações que se enquadram na caracterização de responsabilidade social para o enfrentamento da pandemia (Quadro 01), foram identificadas 75 ações realizadas ao total pelas três instituições analisadas. Sendo, 22 ações realizadas pelo banco Itaú Unibanco, 40 ações pelo banco Bradesco e 13 ações pelo banco Santander.

Na categoria 01 (Gestão de Riscos Socioambientais) destaca-se uma ação em comum nos relatórios dos três bancos aqui estudados, que é a criação do Plano Amazônia no ano de 2020. Essas três instituições se organizaram em conjunto no período da pandemia para promover ações de combate ao desmatamento e a sustentação da economia local por meio do apoio aos comerciantes e fornecedores da região.

Segundo Amaral (2021), mesmo em períodos de crise como o vivenciado, as empresas devem desenvolver ações objetivando a busca pela preservação do bem-estar social da sociedade e do meio ambiente, mas também a obtenção de lucros.

O Quadro 03 mostra as ações que foram realizadas pelos bancos e que se enquadraram em suas características com a Gestão de Riscos Socioambientais. Para o Itaú, a pandemia do novo coronavírus torna ainda mais urgente à necessidade de ação climática global, uma vez que, dada a sua complexidade e seu potencial de interação com outros riscos, as consequências das mudanças climáticas podem ser tão ou mais drásticas do que as da pandemia.

Quadro 03 - Ações de Gestão de Riscos Socioambientais.

Gestão de Riscos Socioambientais	2020	2021
<b>Itaú</b>	Plano Amazônia; Finanças climáticas na Pandemia.	-
<b>Bradesco</b>	Plano Amazônia; Book de oportunidades.	-
<b>Santander</b>	Plano Amazônia; Remodelação geral na empresa.	-

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

No início do ano de 2020, o banco Bradesco lançou ações com o intuito de minimizar as consequências da pandemia, com soluções adaptadas e compartilhadas para a melhor minimização dos riscos a sociedade. O Banco Santander se fez presente em 2020 na pandemia por meio de uma forte remodelação em todos os seus polos de trabalho e atendimento, beneficiando os funcionários e os clientes. Vale ressaltar que várias empresas tiveram que adaptar seus *layouts* para a pandemia por conta de normativos superiores. A gestão dos riscos sociais e ambientais na tomada de decisões estratégicas e na concessão de empréstimos. Elas podem concentrar investimentos em empresas e projetos com maior desempenho ambiental, social e financeiro, o que ajuda a proteger a sua carteira de ativos, diminuindo empréstimos inadimplentes, aumentando a estabilidade financeira e protegendo sua reputação (IFC, 2007).

Os bancos investiram nesse quesito, com a construção de novos prédios para separar mais funcionários e clientes, rodízio de lojas, férias coletivas e horários alternativos de atendimento.

O Quadro 04 aponta aqueles produtos ou serviços novos lançados pelas instituições financeiras para o contexto da COVID-19. Desde o começo da pandemia, as empresas privadas passaram a investir mais do seu capital no meio social e tecnológico na tentativa de apoiar sob diversos âmbitos e perspectivas o enfrentamento da crise (Carlos; Moraes, 2021). A partir desse ponto, nas primeiras quatro semanas da pandemia, o Itaú colocou mais de 30.000 colaboradores no sistema de Home Office e fechou o ano com mais de 53.000 pessoas nesse modelo.

Quadro 04 - Novos Produtos

Novos Produtos	2020	2021
<b>Itaú</b>	<i>Home Office</i> e uma linha de comunicações contínua; <i>Degreed</i> .	Novos meios de pagamentos.
<b>Bradesco</b>	Lançamento de um <i>hotsite</i> ; Lançamento de plataforma de telemedicina.	Autoatendimento (via canais).
<b>Santander</b>	Superamos juntos; SX – O Pix especial do Santander.	SX Negócios.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

Ainda no mesmo ano, os bancos lançaram meios de continuarem capacitando seus funcionários e colaboradores, por meio e sistemas de aprendizagem. Já em 2021, o banco Itaú criou alternativas digitais de cobrança para seus clientes empresariais (QR Code, Link, P2P), além do leque ampliado de funcionalidades do produto: Pix, pagamento de contas, saque, recargas de celulares, cartão de débito, cartão de crédito e crediário.

Com relação a novos produtos lançados pelo banco do Bradesco no ano de 2020, tem-se o lançamento de um hotsite para clientes com informações e orientações a respeito do novo coronavírus. Além do lançamento da plataforma de telemedicina para atendimento em diversas especialidades médicas. Já no ano de 2021, o Bradesco focou em melhorar as experiências dos seus clientes no autoatendimento através de uma ferramenta inovadora que conecta os clientes direto com a área de operações, oferecendo um atendimento personalizado e ágil. São 249 serviços operacionais para Atacado e Varejo e que tiveram um papel fundamental durante a pandemia, além de auxiliar com a desoneração de esforço na rede de agências, afetada pelo rodízio de funcionários e políticas de prevenção à COVID-19.

O banco Santander, no ano de 2020 lançou uma plataforma para seus clientes pessoa física e jurídica abrangendo ofertas como prorrogação de parcelas, aumento de limites e maior carência para empresas ao tomar empréstimos do tipo capital de giro, o que corrobora com os estudos de Barakat (2013). Para ele, os maiores bancos do Brasil caracterizam-se por manter grandes operações de varejo, voltados tanto para pessoas físicas quanto para pessoas jurídicas, o que os obriga a possuir uma extensa rede de agências e preservarem pela maior estabilidade financeira de seus clientes, algo que pode ter auxiliado na pandemia.

O Quadro 05 demonstra aquelas ações promovidas pelos bancos voltadas para a Filantropia Empresarial. No ano de 2020, o Itaú desenvolveu o Espaço Saúde para seus colaboradores, com teleconsultas com as equipes de medicina, incluindo o acompanhamento dos casos suspeitos e confirmados de COVID-19. Para cooperar com o enfrentamento dos desafios, o Itaú desenvolveu ações que tiveram como foco a higiene e a alimentação, como o envio de cestas básicas e kits de higiene e o apoio institucional às organizações. Além disso, foram distribuídos equipamentos de proteção individual (EPIs) e itens de primeira necessidade para as famílias.

Quadro 05 - Filantropia Empresarial

<b>Filantropia Empresarial</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Itaú</b>	Espaço Saúde; Foco na higiene e na alimentação; Todos pela Saúde.	
<b>Bradesco</b>	Ativação, reforma, aquisição de equipamentos e climatização de leitos de UTI em hospitais e Santa Casa; Doação de 26 mil testes; Doação de 150 mil cestas básicas para atender comunidades municipais.	Doação de 555 toneladas de alimentos; Aporte financeiro para abertura de 98 leitos de enfermaria.
<b>Santander</b>	Central Única das Favelas (CUFA), realização de uma campanha de arrecadação de recursos; O Amigo de Valor; Arrecadação durante a pandemia.	

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

Em 2020, o Bradesco promoveu a ativação, reforma, aquisição de equipamentos e climatização de leitos de UTI em hospitais e Santa Casa, também promoveu a doação de 26 mil testes para atender comunidades, especialmente os profissionais de saúde e a doação de 150 mil cestas básicas para atender comunidades municipais.

Para Schommer (2000), a filantropia empresarial é fundamentada principalmente por um aspecto assistencialista e caridoso, não ficando evidenciadas transformações sociais e econômicas profundas, estando mais ligadas à vontade pessoal do filantropo, fora das estratégias e políticas das empresas. Dessa forma, o banco Santander, atuando

em parceria com a Central Única das Favelas (CUFA), realizou uma campanha de arrecadação de recursos para dar apoio às famílias de comunidades mais impactadas pelos efeitos econômicos da pandemia. O banco tem o programa social interno, “Amigo de Valor”, o maior programa de direcionamento de recursos incentivados para causas sociais, promovido desde 2002 que, no primeiro ano da pandemia arrecadou mais de R\$ 15 milhões, que serão destinados aos projetos que se adaptaram na pandemia para continuar apoiando os direitos de crianças e adolescentes do Brasil. Além disso, nos primeiros meses de pandemia, o programa ganhou uma edição especial, desenvolvida exclusivamente para ajudar hospitais que atuaram na linha de frente no combate à COVID-19.

Ao longo dos anos de pandemia, os bancos se mobilizaram e arrecadaram por meio de voluntariado mais de 790 toneladas de alimentos, além de roupas e kits de higiene. No ano de 2021, foram identificadas duas ações realizadas pelo banco Bradesco para essa vertente da filantropia empresarial. Entre abril e julho, mais de 28 mil voluntários participaram de ações virtuais e presenciais, doando 555 toneladas de alimentos, que beneficiaram mais de 139 mil pessoas.

O Quadro 06 fornece aquelas ações voltadas a cidadania empresarial. A prática dessa cidadania acontece por meio de uma maior participação da empresa para com a comunidade, seja através de apoio a projetos e ações sociais externos, pela doação de mão de obra nos moldes de voluntariado empresarial (Schomer, 2000). Logo, o Itaú desenvolveu o programa-piloto de mentoria voluntária de colaboradores em parceria com a Aliança Empreendedora, com o objetivo de apoiar empreendedoras a superar os desafios da pandemia por meio de orientação em temáticas da expertise desses profissionais.

Quadro 06 - Cidadania Empresarial

<b>Cidadania Empresarial</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Itaú</b>	Programa-piloto de mentoria voluntária; <i>Podcast</i> Somar Itaú; Segurança para os fornecedores.	Campanha de vacinação contra a gripe; Voluntariado.
<b>Bradesco</b>	Apoio aos cientistas da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP); Apoio ao projeto de adequação da fábrica para produção de vacinas; Adequação do Hospital Universitário Clementino Fraga Filho (HUCFF); Reembolso de todos os tipos de procedimentos médicos.	Voluntários Bradesco Contra a Fome; Inglês on-line para todos os funcionários e estagiários; Programa Viva Bem.
<b>Santander</b>	Programa de voluntariado para auxiliar ex-funcionários.	

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

Mesmo com tantas tecnologias e formas de inovação na sociedade, o Estado não foi capaz de cumprir e prover uma estrutura adequada para atender a alta demanda causada pela pandemia (Córdula, 2020; Santos, 2020; Mainardi, 2020) e instituições privadas tomaram a responsabilidade ou auxiliaram neste processo.

Dessa forma, o banco Bradesco buscou prestar apoio ao projeto de adequação da fábrica para produção de vacinas, do COVID-19 e outras, do Instituto Butantã, além de prestar apoio aos cientistas da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP) no desenvolvimento de respiradores a baixo custo e contribuiu para a expansão da reestruturação e adequação do Hospital Universitário Clementino Fraga Filho (HUCFF),

da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), reativando leitos para atendimento exclusivo a pacientes com COVID-19.

As ações de Responsabilidade Social Corporativa ou Empresarial Genéricas são trazidas no Quadro 07, em que o banco Bradesco se destaca ao ter sido a instituição que mais promoveu ações, com o total de 15, voltadas principalmente para manter a segurança dos funcionários dentro das agências e conscientizar ao máximo a população através de *podcasts*, *lives* e vídeos postados em suas plataformas e meios de divulgação. Em 2020, o Bradesco preparou os seus prédios administrativos com comunicação visual, tapetes sanitizantes, estações de descontaminação, *self-cleaning* para estações de trabalho, fitas de íons de prata para proteção para superfícies de contatos e *dispenser* de álcool em gel espalhados por toda Organização.

Quadro 07 - Responsabilidade Social Corporativa ou Empresarial Genéricas

<b>Responsabilidade Social Corporativa ou Empresarial Genéricas</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Itaú</b>	Saúde e segurança na pandemia da COVID-19.	Demissões na pandemia.
<b>Bradesco</b>	Tudo dentro dos padrões; Divulgação de vídeos explicativos; Realização de contatos ativos com os funcionários; Antecipação do 13º salário dos funcionários e Flexibilidade na distribuição dos valores dos benefícios; 141 mil testes sorológicos e 1.200 participações em pesquisas; 90% do quadro de funcionários do Bradesco em trabalho remoto; Para os funcionários da linha de frente, foi estabelecido rodízio; Utilização da tecnologia de IRC.	Realização de <i>drive-thru</i> na matriz da Cidade de Deus para imunizar funcionários e dependentes; Cuidados com a saúde, o bem-estar e a segurança da informação; <i>Pop-ups</i> nos computadores corporativos; <i>Podcasts</i> : sobre cuidados com a saúde física e mental; <i>Mindfulness</i> ; Promoção do ciclo de palestras Você em Foco; Interação com 1.743 investidores nacionais e internacionais realizadas de forma virtual.
<b>Santander</b>	Deslocou 300 gerentes da rede comercial para atuar no atendimento remoto; Fôlego financeiro.	

**Fonte:** Elaborado pelos autores(2023)

Além de implementar a utilização da tecnologia IRC (Ionização Rádio Catalítica) em centrais de ar-condicionado para a eliminação de vírus (inclusive certificados para coronavírus), fungos e bactérias. Em 2021, o Bradesco focou em programar *Pop-ups* nos computadores corporativos reforçando o estilo de vida saudável para os funcionários, além de reforçar as orientações e medidas preventivas contra a COVID-19.

Os bancos, ao olharem as questões sociais e ambientais na realização de suas atividades práticas favorecem principalmente o cuidado e atenção a gestão de riscos, em especial, relacionados à exposição negativa de imagem perante os clientes e seus próprios funcionários (IFC, 2007). Algo em comum nessa seção é uma ação adotada pelos 3 bancos para promover uma boa responsabilidade social e, por conseguinte, uma boa imagem da organização para a sociedade em geral, que foi a adoção do deslocamento da maioria dos seus funcionários da rede comercial para desenvolverem suas atividades e atuarem no atendimento remoto e *home office*.

Vale ressaltar que no primeiro período de crise causada pela pandemia da COVID-19, o banco Itaú suspendeu as demissões de seus funcionários (com exceção daquelas relacionadas às faltas éticas graves), o que reduziu o índices de rotatividade da empresa e corrobora com a pesquisa da IFC (2007), citada anteriormente.

O Quadro 08 traz aquelas ações envolvendo outros órgãos, empresas e *stakeholders* na realização. Segundo Carlos e Morais (2021) estas ações são direcionadas a trabalhar com responsabilidade com os seus clientes e consumidores para incentivar práticas sustentáveis e permitir atividades econômicas que criem prosperidade compartilhada para as gerações atuais e futuras. Além disso, para realizar de forma proativa e responsável parcerias com as partes interessadas relevantes para atingir os objetivos da sociedade.

Quadro 08 - Partes Interessadas

<b>Partes Interessadas</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Itaú</b>	Reuniões com representantes dos poderes; Parceria com o programa Todos pela Educação.	Contrato de empréstimo com a Agência de Cooperação Internacional do Japão (JICA); Saúde e segurança na pandemia da COVID-19.
<b>Bradesco</b>	Parceria com o Grupo Fleury; Apoio na construção de hospital de campanha no Rio de Janeiro; Parceria com a Rede D'Or; Parceria para a reativação de leitos exclusivamente para pacientes com covid-19 no Hospital Universitário Clementino; O Grupo Bradesco Seguros, em parceria com a Coca-Cola do Brasil e Coca-Cola;	Viabilização de 26 mil testes de diagnóstico da covid-19 em São Paulo, em acordo com a Secretaria de Saúde do Estado de São Paulo e o Instituto Butantan.
<b>Santander</b>	Kits de testagem, respiradores e outros equipamentos; Crédito facilitado; Apoio ao Governo Federal.	

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2023)

Desse modo, o Itaú promoveu reuniões com representantes do Poder Executivo, do Legislativo e entidades de representação para discutir o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda, que ajudou a preservar o emprego e a renda dos trabalhadores, a garantir as atividades empresariais e laborais e a reduzir os impactos sociais do estado de calamidade pública diante da pandemia do novo coronavírus.

No mesmo ano, o Banco Itaú realizou o financiamento de vacinas com a doação de R\$ 100 milhões para o Instituto Butantã e Fiocruz. Já em 2021, o banco assinou um contrato de empréstimo com a Agência de Cooperação Internacional do Japão (JICA) no valor de US\$ 150 milhões. Os recursos desse contrato devem ser utilizados em financiamentos no setor da saúde, melhorando a capacidade de hospitais privados e reforçando a capacidade de oferta de equipamentos médicos e companhias farmacêuticas, especialmente no atual momento devido à pandemia de COVID-19.

O banco Bradesco em 2020 fechou parceria com o Grupo Fleury para a realização de testes sorológicos (IGM e IGG) para detectar o novo coronavírus. Também prestou apoio na construção do hospital de campanha no Rio de Janeiro voltado para atendimento exclusivo aos pacientes do SUS com coronavírus. O Bradesco realizou parceria com a Rede D'Or no financiamento para a criação de 56 leitos destinados a pacientes oncológicos e hematológicos do SUS com coronavírus no Hospital das Clínicas de São

Paulo e promoveu a reativação de leitos exclusivamente para pacientes com COVID-19 no Hospital Universitário Clementino Fraga Filho, na Universidade Federal do Rio de Janeiro.

O Grupo Bradesco Seguros, dentro do banco Bradesco, em parceria com a Coca-Cola do Brasil e Coca-Cola FEMSA, se uniu ao Grupo Fleury para ampliar a capacidade de processamento de 26 mil testes de diagnóstico para o novo coronavírus para os profissionais de saúde do Estado de São Paulo. No ano de 2021, o Bradesco viabilizou 26 mil testes de diagnóstico da COVID-19 em São Paulo, em acordo com a Secretaria de Saúde do Estado de São Paulo e o Instituto Butantã.

Já o Banco Santander, no contexto de cooperação, juntou-se a outras empresas, inclusive aos principais concorrentes, para disponibilizar kits de testagem, respiradores, EPIs (Equipamentos de Proteção Individual) e máscaras. Com o mesmo pensamento, fizeram parceria com o Governo Federal para irrigar pequenas e médias empresas com crédito facilitado e dar fôlego a esses empreendimentos, os maiores empregadores do país. Em contrapartida, em 2021, não foram identificadas ações realizadas para o contexto pandêmico.

O Quadro 09 considera aquelas ações que os bancos promoveram alinhando suas estratégias com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). O banco Itaú, em 2020, diante da crescente relevância do tema, dedicaram-se à criação de um novo compromisso, que consiste em diretrizes e metas voltadas ao investimento social privado. O foco desse compromisso organizacional novo é reafirmar o pacto, ao lado dos seus próprios institutos e fundações, com a sociedade brasileira, fortalecendo laços de confiança em meio à incerteza.

Quadro 09 - Alinhamento de Estratégias

<b>Alinhamento de Estratégias</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Itaú</b>	Criação de um novo compromisso da instituição; Programa Travessia do Itaú Unibanco.	R\$ 764 milhões em cerca de 1,5 mil projetos no Brasil e no exterior.
<b>Bradesco</b>	Novas formas de compartilhamento de informações; Gestão da Água.	-

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

O Itaú também criou o programa Travessia com o objetivo de dar fôlego financeiro para até 20 milhões de clientes pessoa física e mais de um milhão de pequenas e médias empresas, por meio de soluções com foco em alongamento de carências e prazos, além de renegociação de taxas e garantias. Em 2021, o Itaú investiu mais de R\$ 764 milhões em cerca de 1,5 mil projetos no Brasil e no exterior, dos quais 6% na forma de doações, 73% em iniciativas de longo prazo e 21% em patrocínios e ações sociais junto às áreas de negócio.

O banco Bradesco, em 2020, promoveu aos seus funcionários novas formas de compartilhamento de informações por meio de ferramentas como *Yammer*, *Stream* e *Teams*, com a intenção de deixar o time institucional deles cada vez mais integrado e conectado. Também houve uma grande redução do consumo de água em toda a estrutura física da organização, sendo reflexo da pandemia e a redução de pessoas em operações nas agências e pontos do banco.

Não foram identificadas ações promovidas pelo banco Santander nessa seção em nenhum dos seus relatórios aqui analisados.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da verificação dos dados encontrados por meio da análise dos Relatórios de Responsabilidade Social dos maiores bancos privados do país, destaca-se que houve 75 ações incidentes para o contexto da COVID-19 nos anos de 2020 e 2021 realizadas pelas três instituições analisadas. O banco Bradesco se destaca como sendo a instituição financeira com o maior número de ações realizadas 40 ações ao todo, seguido pelo Itaú Unibanco com 22 ações e 13 ações pelo banco Santander.

Dentre o período analisado, em 2020, ano em que a COVID-19 tomou um grau pandêmico, acabou sendo o ano em que os bancos mais realizaram ações, 53 ao todo pelas instituições financeiras. Nota-se que, no ano de 2021, houve uma queda na promoção de novas ações relacionadas ao tema, a qual foram realizadas e identificadas ao todo 22, sendo intensificado principalmente o foco e investimentos naquelas que haviam sido criadas em 2020 pelos três bancos de modo geral.

Evidencia-se aqui o interesse em analisar os relatórios do ano de 2022 dos bancos como proposto no objetivo, entretanto, até o momento de coleta e análise dos dados desta pesquisa, esses relatórios não estavam disponibilizados. Dessa forma, como sugestão de pesquisa, sugerimos complementá-la com estudos dos relatórios até o ano de 2023, ano a qual foi decretado o fim da COVID-19 como pandemia pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, T. A.; SILVA, J. D.; OLIVEIRA, M. C. Responsabilidade social corporativa e a influência de aspectos do ambiente institucional: uma análise no setor bancário brasileiro. **Revista Universo Contábil**, v. 11, n. 4, p. 44-62, 2015.

AMARAL, A. S. As sociabilidades necessárias ao capital: o trabalho em migalhas no contexto da pandemia da Covid-19. **Revista Em Pauta**, v. 19, n. 48, p. 57-69, 2021.

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

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Diretrizes sobre a responsabilidade social/ISO 26000 = Guidance on social responsibility**. 1. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2010.

BARAIBAR-DIEZ, E.; SOTORRÍO, L. L. O efeito mediador da transparência na relação entre responsabilidade social corporativa e reputação corporativa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios-RBGN**, v. 20, n. 1, p. 05-21, 2018.

BARAKAT, S. R. **Alinhamento entre responsabilidade social corporativa e estratégia: estudo do caso Itaú Unibanco**. 2013. Dissertação (Mestrado em Ciências). Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Ciências Contábeis da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

BARAKAT, S. R.; BOAVENTURA, J. M. G.; POLO, E. F. Alinhamento estratégico da responsabilidade social corporativa: um estudo de caso no setor bancário brasileiro. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 86, n. 1, p. 206-233, 2017.

BOECHAT, A. C.; BARRETO, A. M. Uma reflexão conceptual sobre a Responsabilidade Social Corporativa e a sua relação com a Comunicação Estratégica. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 33, p. 25-41, 2018.

BORGES, F. G. Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade para a gestão empresarial. <https://www.ethos.org.br/cedoc/responsabilidadesocial-empresarial-e-sustentabilidade-para-a-gestao-empresarial/>, 2013.

BOWEN, H. R. Responsabilidades sociais do homem de negócios. Rio de Janeiro, **Civilização Brasileira**, 1957.

BRITO, S. B. P. *et al.* Pandemia da Covid-19: o maior desafio do século XXI. **Revista narrativa da pandemia da Covid-19**, v. 8, n. 2, p. 54-53, 2020.

CARLOS, M. G. O.; MORAIS, D. O. C. RESPONSABILIDADE SOCIAL EM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS E INVESTIMENTOS RESPONSÁVEIS EM TEMPOS DE PANDEMIA . **Revista Gestão E Desenvolvimento**, v. 18, n. 2, p. 26–55, 2021.

CHAMBERLAIN, N. W. Social Responsibility and strikes. Apud Zenisek, Thomas J. Corporate social responsibility , a conceptualization based on organizational literature. **Academy of Management Review**, v.4, n. 3, p. 361, 1979.

COELI, C. M.; PIRES, V. M. Desempenho dos maiores bancos brasileiros: um estudo sobre o impacto da crise subprime. **Revista Ambiente Contábil**, v. 14, n. 1, 2022.

CÓRDULA, A. Quarenta dias em suspensão. Castro, D.; Dal Seno, D.; Pochmann, M. (org.). **Capitalismo e a Covid-19**, 2020.

FREITAS, A. R. R.; NAPIMOGA, M.; DONALISIO, M. R. Análise da gravidade da pandemia de Covid-19. **Revista Epidemiol. Serv. Saude**, v. 29, n. 2, p. 202, 2020.

GIL, A. Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: **Atlas**, 2008.

GUÉDEZ, V. **La Responsabilidad Social Empresarial em Perspectiva** – Ideas para su Diseño, Implantación, Desarrollo y Evaluación. Caracas: Venancham, 2014.

HSIEH, H. F.; SHANNON, S. E. Three Approaches to Qualitative Content Analysis. **Qualitative Health Research**, v. 15 n. 9, p. 1277- 1288, 2005.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **O que é RSE**. Disponível em: [http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o\\_que\\_e\\_rse/o\\_que\\_e\\_rse.aspx](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx). Acesso em: 12/12/2022.

INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION- IFC - *Banking on Sustainability: Financing Environmental and Social Opportunities in Emerging Markets*. Washington: *International Finance Corporation*, 2007.

JACQUES, N. et al. Uso de máscara durante a pandemia de Covid-19 no Brasil: resultados do estudo EPICOVID19-BR. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 38, n. 6, p. 271, 2022.

KOPROWSKI, S. et al. Cultura Nacional e Responsabilidade Social Corporativa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 22, n. 1, p. 1-15, 2021.

MAINARDI, C. I. Despertar pós-Covid-19. Em Castro, D., Dal Seno, & M. (POCHMANN, **Capitalismo e a Covid-19**. São Paulo, 2020.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: **Atlas**, 8 ed., 2019.

MARTINS, Andréia Ferreira; DA SILVA FILHO, Osvaldo Júlio; MANNARELLI FILHO, Téucle. Responsabilidade social empresariais ações em tempos de

pandemia. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 9, p. e7610917818-e7610917818, 2021.

OLIVEIRA, J. A. Responsabilidade Social em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração e Empreendedorismo**, v. 24, n. 4, p. 203-210, 1984.

OLIVEIRA, V. H.; MACEDO, M. A. S.; CORRAR, L. J. **Estudo do desempenho dos maiores bancos de varejo no Brasil por meio da análise envoltória de dados (DEA)**. XVII Congresso Brasileiro de Custos, Belo Horizonte, Novembro de 2010.

RECH, C. H. B. **Estrutura e funcionamento do sistema financeiro nacional: do escambo ao acordo de Basileia**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS. Livro eletrônico, 2010.

RODRIGUES, I. M. D. **A crise e o relato de sustentabilidade no setor bancário: o caso português**. 2013. 42f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Economia, Universidade do Porto, Portugal, 2013.

SANTOS, B. S. **A cruel pedagogia do vírus**. São Paulo: Almedina. Edições Almedina, Disponível em: [http://www.abennacional.org.br/site/wp-content/uploads/2020/04/Livro\\_Boaventura.pdf](http://www.abennacional.org.br/site/wp-content/uploads/2020/04/Livro_Boaventura.pdf).

SARTORE, M. S. **A inserção da responsabilidade social do setor bancário no contexto da governança corporativa**. 2007. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2006.

SCHOMMER, P. C. Investimento social das empresas: cooperação organizacional num espaço compartilhado. **Organizações & Sociedade**, v.7, n. 19, p.145- 160, 2000.

SERRA, J. F. A. **DVA: Distribuição do valor adicionado: um estudo nos 5 maiores bancos do Brasil**. 2020. Dissertação (Bacharelado em Ciências Contábeis). Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2020.

SILVA, J. P. **Gestão e análise de risco de crédito, adaptada à nova lei de recuperação e falências**. São Paulo: 8 ed. Atlas, 2014.

SOBHANI, F. A., AMRAN, A., ZAINUDDIN, Y. Sustainability disclosure in annual reports and websites: a study of the banking industry in Bangladesh. **Journal of Cleaner Production**, v. 23, n. 1, p. 75-85, 2012. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro>>. Acesso em: 15 de dezembro de 2022.

TENÓRIO, F. G. **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.