

INSTITUTO BM&FBOVESPA: UM NOVO PARADIGMA DE INSTITUIÇÃO BENEFICIANDO ONGS PARANAENSES

Lisandro Fin Nishi

RESUMO

Sabe-se que o Brasil possui muitos problemas sociais. Com a finalidade de combatê-los, nas últimas décadas temos visto crescer o Terceiro Setor e as Organizações Não Governamentais (ONGs). Em 2007 a Bolsa de Valores de São Paulo (atual BM&FBovespa) fundou o Instituto BM&FBovespa como uma Instituição sem fins lucrativos com vistas a contribuir para com o desenvolvimento sustentável, focando a inclusão social e econômica da população, a preservação do meio ambiente e o fortalecimento da sociedade civil, construindo um novo paradigma de instituição atuante junto a bolsas de valores. Este trabalho tem como objetivo compreender as transformações históricas e sociais que explicam a implantação do Instituto BM&FBovespa, dando ênfase a um de seus projetos: a Bolsa de Valores Socioambientais (BVSA). Para tal, o método utilizado foi a revisão bibliográfica. Com o auxílio da BVSA, desde sua criação até 15/08/2012, cento e quatro projetos de ONGs foram concluídos, sendo cinco de ONGs paranaenses. Conclui-se que este novo paradigma está mobilizando a sociedade brasileira, contribuindo com o desenvolvimento de municípios e com a qualidade de vida nas comunidades onde atuam.

PALAVRAS-CHAVE: Instituto BM&FBovespa; Responsabilidade social; Organizações não governamentais.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil atual, não há dúvidas de que ainda há muito a ser feito em termos de saúde, educação, moradia, segurança pública, entre outras áreas, e por este motivo as chamadas Instituições do Terceiro Setor vem ganhando espaço e importância. Como bem lembrado em Souza (2012), a degradação ambiental, os desequilíbrios sociais, o desemprego, a poluição, entre outros, e a dificuldade dos governos em solucionar tais questões levam a uma reorganização das forças da sociedade.

A fim de contribuir para a melhoria nas condições de vida, entre outros objetivos, segundo Karkotli (2006) as Organizações Não Governamentais (ONGs - as quais estão inseridas no chamado Terceiro Setor) começaram a agir em larga escala no Brasil, especialmente após a “ECO 92”, paralelamente ao reconhecimento, por parte das empresas, da necessidade de agir com responsabilidade social e ambiental.

O chamado Terceiro Setor tem como preocupação acompanhar o desenvolvimento da sociedade e suas consequências, como os problemas ambientais advindos das externalidades negativas oriundas de tecnologias poluentes, aumento da violência devido à exclusão social, permeando questões como o ensino, a cultura e o lazer, entre outros. A BM&FBovespa, neste sentido,



inaugurou em 2007 o Instituto BM&FBovespa de Responsabilidade Socioambiental, o qual conta hoje com os projetos: Bolsa de Valores Sociais (atual Bolsa de Valores Socioambientais); Associação Profissionalizante; Clube de Atletismo; Espaço Esportivo e Cultural BM&F Bovespa; Apoio Institucional; Em Ação. A BVSA é uma iniciativa que tem como finalidade aproximar agentes (como empresas atuantes em responsabilidade social) dispostos a colaborar financeiramente para projetos previamente selecionados de ONGs. Neste caso, a participação da BM&FBovespa dá ao “investidor”¹ a segurança propiciada pela imagem consolidada desta bolsa perante o público, a certeza de que tanto as ONGs participantes são instituições sérias e seus projetos viáveis.

Neste trabalho contextualiza-se a importância destas instituições para a melhoria do bem estar social, dando ênfase à BVSA, de forma a entender as transformações econômicas, históricas e sociais que levaram à sua criação. Importante ressaltar que este papel, de responsabilidade socioambiental, no caso das bolsas de valores é uma novidade, sendo a BMFBovespa pioneira, construindo um novo paradigma para Bolsas de Valores, e beneficiando ONGs paranaenses.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Um dos assuntos mais importantes para entendermos os motivos da criação do Instituto BMFBovespa é a questão da Responsabilidade Social. Para Tenório (2004, p.23) “os primeiros estudos teóricos sobre a responsabilidade social empresarial, desenvolvidos a partir dos pressupostos conceituais da sociedade pós industrial surgem em 1950.” De Masi *apud* Tenório (2004, p.17) pondera que o processo de industrialização iniciado no século XX trouxe problemas sociais e ecológicos, sendo que o crescimento das dimensões urbanas não ocorreu com a respectiva melhoria nas condições de vida dos cidadãos. Com este argumento, justifica-se o envolvimento das empresas em tais questões.

Para Karkotli (2006, p.60), uma atuação organizacional com Responsabilidade Social pressupõe uma necessidade de participação no desenvolvimento com sustentabilidade nas dimensões econômica, social e ambiental. Entretanto, tais ações podem ser usadas como estratégia para aumentar

¹ “Investidor” é o agente que cede recursos para ser aplicado em um projeto social. Na BVSA, o investimento não é financeiro, ou seja, o capital cedido não produz rendimentos e o principal não é resgatado, pois trata-se de uma doação.



o lucro, via estratégia de *marketing*. Nesta direção a atuação com responsabilidade social não se desvincula do objetivo de maximização de lucro por parte da firma, porém, não necessariamente estes investimentos devem ser entendidos como *marketing*: conceitos como filantropia, responsabilidade social e *marketing* social geram incertezas no tocante às respectivas atribuições.

O quadro a seguir esclarece objetivamente a questão.

Quadro 1: Definições da área social

Filantropia	Tem como base os princípios da caridade e da custódia e amor à humanidade.
Ação Social	É ação de curto prazo com objetivo de satisfazer as necessidades em prol da sociedade ou de uma comunidade específica.
Responsabilidade Social Corporativa	É o comportamento ético e responsável na busca de qualidade nas relações que a organização estabelece com todos os seus <i>stakeholders</i> , associado direta e indiretamente ao negócio da empresa, incorporado à orientação estratégica da empresa e refletido em desafios éticos para as dimensões econômicas, ambiental e social.
Marketing Social	Significa entender e atender a sociedade, proporcionando a satisfação e o bem-estar da mesma dentro de um comportamento ético e social responsável, visando às transformações sociais.
Marketing Ideológico/Institucional	É utilizado para indicar e associar as iniciativas pelas quais uma empresa procura manter, fortalecer e solidificar a imagem da marca e a identidade da marca perante ao seu público – alvo.

Fonte: Karkotli (2006, p.63)

É possível que algumas empresas resolvam investir em responsabilidade social não por consciência, mas para elevar seus lucros. Estudo de Sousa *et al* (2011) mostra que um ano após o ingresso das empresas na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial da BMFBovespa, em 2007, suas receitas líquidas aumentaram 56,46% em relação ao ano anterior. Soma-se a esse dado o estudo de Mota (2009), em que os resultados indicaram que “a responsabilidade social antecede a percepção de justiça de preço, gerando impactos fortes e positivos no valor percebido, na satisfação e nas intenções de compra.”

É difícil estabelecer quando uma empresa está agindo com responsabilidade social, ou quando suas ações são estratégias de *marketing* social, e assim por diante. Apesar das distinções, a BM&FBovespa inovou como bolsa de valores, ao buscar agir com responsabilidade social e ambiental. Além disso, ao canalizar recursos de agentes econômicos superavitários (inclusive empresas socialmente responsáveis) para a camada menos favorecida da população, vem a contribuir para



com a distribuição de renda. Atuando em parceria com a BM&FBovespa, mais especificamente com a BVSA, busca-se facilitar este processo com vistas à melhoria do bem estar social.

Uma questão que põe de certa forma em dúvida a ação das empresas no tocante à responsabilidade socioambiental é se tais ações realmente trazem os resultados que a sociedade espera. Neste sentido algumas empresas estão buscando mostrar à sociedade seus resultados de forma transparente. O Balanço Social é um dos indicadores mais conhecidos, além da Demonstração do Valor Adicionado e as Certificações de Responsabilidade Social. (TENÓRIO, 2004, p.37). Em Silva *et al* (2012) pode-se ver um estudo a respeito da certificação do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), concluindo que as empresas que receberam o selo IBASE utilizaram mais indicadores sociais voltados para demonstrar a relação da entidade com os seus recursos humanos, seguindo com a sociedade e por último o meio ambiente. Reconhecendo a relevância do tema, em 1/11/2010 foi publicada a norma internacional ISO 26000, Diretrizes sobre Responsabilidade Social, e logo em seguida no Brasil, em 8/12/2010 foi publicada a norma ABNT NBR ISO 26000.

Segundo a ISO 26000, a responsabilidade social se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. (INMETRO, 2012)

Porém, questionando a iniciativa de empresas que visam atuar em conjunto com o governo nas questões sociais, para Milton Friedman (1970) a responsabilidade social das empresas é maximizar o lucro, promovendo assim uma alocação eficiente dos recursos. Friedman defende que não cabe às empresas o papel de extrapolar sua atividade fim, o que levaria a uma redução da eficiência econômica, e conseqüentemente do bem estar social. Essa corrente teórica é conhecida como teoria dos *shareholders*. Seu contraponto é a teoria dos *stakeholders*. A primeira dá ênfase à maximização do lucro e a satisfação dos acionistas, enquanto a segunda leva em consideração demais agentes envolvidos com a empresa, interna e externamente (funcionários, fornecedores, governo, consumidores, entre outros). A BM&FBovespa, ao inaugurar o Instituto BM&FBovespa sinaliza que está alinhada com a teoria dos *stakeholders*, ao contribuir para a



conclusão de projetos de Organizações Não Governamentais. Tais organizações são objeto do próximo tópico.

3 ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS E TERCEIRO SETOR

Nesta seção visa-se entender a natureza das Instituições que a BVSA pretende ajudar, ou seja, as chamadas ONGs. Segundo Matos (2006, p.39), os conceitos de ONG e Terceiro Setor ainda não estão completamente definidos, portanto não estão livres de ambigüidades. Terceiro Setor é uma expressão que vem sendo utilizada com múltiplos e diferentes significados, abrangendo projetos e programas sociais, formas tradicionais de ajuda mútua como creches e asilos, empresas que praticam e investem em filantropia, até todo o conjunto de ONGs. A seguir, apresenta-se, segundo Rosa (2003), um rol de agentes privados os quais agem para fins públicos, enquadrando-se no conceito de Terceiro Setor, e esclarece o fato de que ONG é uma entidade inexistente em nosso ordenamento jurídico. Porém, tal denominação está largamente difundida para denominar diversas entidades privadas com fins públicos e sem fins lucrativos, como associações civis, fundações, Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, como as citadas a seguir.

- Fundações
- Institutos
- Empresas com responsabilidade social
- Entidades beneficentes
- Empresas doadoras
- Elite filantrópica
- Voluntários/pessoas físicas
- Fundos comunitários
- Entidades sem fins lucrativos
- Filantrópicas
- Utilidade Pública
- Entidades do Conselho Nacional de Assistência Social
- Associações
- Cooperativas
- Organizações sociais



- ONGs
- OSCIPs

É importante notar que, segundo a Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (ABONG), 64% dos funcionários de ONGs associados à ela são voluntários. (ABONG, 2003).

Matos (2006, p.27) identifica as ONGs em quatro categorias, mas ressalta que “qualquer forma de tipologia é sempre questionável e não resolve os problemas de conceitualização...”. Tais categorias estão no quadro a seguir.

Quadro 2: Caracterização das ONGs

TIPO DE ONG	CARACTERÍSTICA
Caritativa	Voltadas para a assistência a grupos específicos, como menores, mulheres e idosos, doentes, com penetração em áreas tais como as de educação e saúde.
Cidadãs	Voltadas para a reivindicação dos direitos de cidadania, que atuam tanto no campo popular como no não popular.
Desenvolvimentistas	Surgem e se expandem vinculadas às propostas de desenvolvimento sustentável: articulam-se em redes internacionais.
Ambientalistas	Voltadas para questões ecológicas, cresceram com base nas propostas de intervenção no meio ambiente.

Fonte: Matos (2006, p.27)

Para Tenório (2006, p.), as ONGs caracterizam-se por serem organizações sem fins lucrativos e autônomas, não possuem vínculo com o governo e voltam-se para o atendimento das necessidades da sociedade, complementando a ação do governo. Através de sua ação possibilitam mudanças estruturais da sociedade, e sua sobrevivência independe dos mecanismos de mercado ou existência de lucro. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no Brasil, em 2002 haviam 500 mil entidades privadas sem fins lucrativos (IBGE, 2003). Entretanto, deste universo, considerando apenas as que são sem fins lucrativos, privadas, institucionalizadas, auto-administradas e voluntárias, resultam 276 mil entidades em 2002. Desta pesquisa, merecem destaque os seguintes dados:

- Estas 276.000 entidades representam 5% do total de organizações formalmente cadastradas no país;



- A maior parte encontra-se no Sudeste (44%), mais especificamente em São Paulo (21%);
- São relativamente novas, pois cerca de 62 % foram criadas a partir da década de 1990.
- As 276 mil Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos (FASFIL) que empregavam um milhão de trabalhadores em 1996 empregavam em 2002 1,5 milhão de assalariados, o que corresponde a 5,5% dos empregados de todas as organizações formalmente registradas no País.
- O maior número de assalariados concentra-se nas áreas de saúde e de educação, apesar destas entidades serem relativamente pouco numerosas: elas empregam cerca de 52% dos trabalhadores das FASFIL;
- Entre os anos de 1996 e 2002, o número destas entidades passou de 105 mil para 276 mil, variação bem maior do que a observada para o conjunto de organizações (públicas, privadas lucrativas e privadas não-lucrativas) formalmente registradas no País, que foi de 66%.

Ao dividir segundo a área a qual se dedicam temos o quadro a seguir:

Quadro 3: Participação das FASFIL por área

ÁREA	PARTICIPAÇÃO (%)
Atividades profissionais	26
Organizações de desenvolvimento e defesa de direitos	16
Patronais e profissionais	16
Atividades culturais e recreativas	14
Assistência social	12
Educação	6
Saúde	1
Meio ambiente e Educação	Menos de 1

Fonte: IBGE (2006)

Nota-se que a preocupação para com o meio ambiente detém uma participação destas instituições inferior a 1%. Entretanto, este tipo de organização tem se desenvolvido muito nas últimas décadas, e sua taxa de crescimento tem sido superior à de organizações com fins lucrativos. Tal fato pode ser explicado pelo anseio da população em ajudar o próximo, em tentar buscar um mundo melhor para



se viver, com menos poluição, menos violência, menos pobreza, enfim, a população brasileira e mundial tem mostrado preocupação com os rumos da sociedade.

Para atender a estas demandas sociais, a sociedade entendeu que se faz necessária uma articulação mais complexa dos agentes sociais, e a intervenção da sociedade civil de forma organizada, inclusive na forma de ONGs começa a se estruturar. É nesta direção que a BM&FBovespa pretende seguir. Apesar de não ser enquadrada como organização sem fins lucrativos, nem ONG, a BM&FBovespa atualmente entende que possui responsabilidades sociais e ambientais, e sua inovação encontra-se no fato de que passa a agir com o objetivo de conduzir recursos para as ONGs, de forma eficiente e transparente. A eficiência na gestão é imprescindível, todavia infelizmente nem sempre é o que ocorre.

[...] em termos de eficácia, por vezes o resultado alcançado por estas organizações pode ser questionado; e em termos de eficiência, as ONGs apresentam algumas limitações na área administrativa, como desempenho gerencial, profissionalização de pessoal, diminuição de custos indiretos, entre outros elementos relativos a sua operacionalização. (TENÓRIO, 2006).

Como se pode observar, o Instituto BMFBovespa surge em um momento de intensas mudanças sociais. Suas atividades serão descritas na seção a seguir.

4 BM&FBOVESPA – BREVE HISTÓRICO

Em 23 de agosto de 1890 é inaugurada a Bolsa Livre, considerada a semente da Bovespa, mas que fechou em 1891 em decorrência da política do Encilhamento. Em 1895 abre a Bolsa de Fundos Públicos de São Paulo, que em 1934 ganha o nome de Bolsa Oficial de Valores de São Paulo, e somente em 1967 passa a se chamar Bolsa de Valores de São Paulo. Em 1972, foi a primeira bolsa brasileira a implantar o pregão automatizado com a disseminação de informações *on-line* e em *real time*. Em 1991 celebra-se o acordo entre a Bolsa Mercantil e de Futuros e a Bolsa de Mercadorias de São Paulo, dando origem a Bolsa de Mercadorias e Futuros (BM&F). Em 28 de agosto de 2007 a Bovespa passou por uma reestruturação societária que criou a Bovespa Holding, deixando de ser uma instituição sem fins econômicos tornando-se uma Sociedade Anônima de Capital Aberto. A Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&FBovespa S.A) foi criada em 2008 com a integração entre a BM&F e a Bovespa. Juntas, as companhias



formam uma das maiores bolsas do mundo em valor de mercado, a segunda das Américas e a líder no continente latino-americano. (BM&FBovespa, 2012)

Nos últimos anos a BM&FBovespa tem se destacado por sua aproximação com o público, buscando interagir com o cidadão. Neste ínterim, há diversos projetos que serão melhor detalhados a seguir.

4.1 instituto BM&FBovespa

O Instituto BM&FBovespa foi criado em 2007, para integrar e coordenar os projetos de responsabilidade socioambiental da Bolsa, visando fomentar sua participação nos esforços realizados pela sociedade para promover o desenvolvimento sustentável, com foco em iniciativas voltadas para a inclusão social e econômica da população, a preservação do meio ambiente e o fortalecimento da sociedade civil. (INSTITUTO BM&FBOVESPA, 2012). Dedicar atenção especial à educação, principalmente, de crianças e jovens, acreditando-se que este é o melhor caminho para incentivar as mudanças sociais e econômicas necessárias para a construção de uma sociedade onde haja maior respeito pelos direitos humanos e melhores condições de vida para todos. Neste contexto, as iniciativas do Instituto são direcionadas para:

- Reforço e complementação à educação formal;
- Capacitação profissional de jovens;
- Disseminação do conhecimento sobre democracia;
- Preservação e recuperação do meio ambiente;
- Prática de esportes, como instrumento de desenvolvimento humano;
- Criação de meios para estimular a participação das empresas e da sociedade em geral nestas atividades.

Sua visão é “ser um agente de desenvolvimento do capital social brasileiro” e tem como missão “Promover o desenvolvimento nacional por meio de iniciativas de educação, assistência social, cultura, esporte e responsabilidade socioambiental”. Seus objetivos estratégicos são:

Propiciar meios para a prática da responsabilidade social e ambiental, aproximando investidores e entidades sem fins lucrativos, visando fortalecer o investimento social privado, em ambiente seguro e transparente.

Promover a inserção social e econômica por meio da complementação educacional, educação profissionalizante e do esporte, da difusão da importância da poupança e do investimento em atividades produtivas para o desenvolvimento do País.



Apoiar iniciativas esportivas e atletas de alto rendimento visando o desenvolvimento da identidade e coesão nacional.
Apoiar, inclusive com transferência de tecnologias sociais e doação de recursos financeiros, outras entidades sem fins lucrativos e órgãos públicos com atuação em áreas afins. (INSTITUTO BM&FBOVESPA, 2012).

Entre seus projetos destaca-se a Bolsa de Valores Sociais, criada em 12 de junho de 2003, que em 2007 passa a abranger projetos ambientais e se chamar Bolsa de Valores Socioambientais (BVSA).

Normalmente, o mercado financeiro volta-se para a transferência financeira de recursos entre os agentes econômicos, ou seja, efetua a intermediação financeira de agentes superavitários os quais buscam obter ganhos com juros, para agentes deficitários os quais buscam obter recursos via as diversas modalidades de crédito. Até o início das operações da BVSA, a BM&FBovespa, como instituição auxiliar do mercado financeiro, vinha cumprindo este papel tradicional, atuando especificamente no mercado de capitais, cumprindo objetivos tais como:

- Manter local adequado à realização de compra e venda de títulos e valores mobiliários, em mercado livre e aberto, organizado e fiscalizado pelas autoridades competentes;
- Organizar o pregão e os sistemas de negociação, além do registro das operações realizadas e sua rápida divulgação;
- Fiscalizar as sociedades emissoras de valores mobiliários no cumprimento do seu regulamento e demais dispositivos legais; e
- Assegurar aos investidores total garantia pelos títulos e valores negociados. (TOLEDO FILHO, 2006, p.43).

Através destes objetivos, vinha cumprindo uma função social, pois através deste mercado financia-se capital de giro e capital permanente das empresas, bem como são efetuadas operações de médio prazo, longo prazo e prazo indeterminado. Com o lançamento de títulos no mercado de capitais, as empresas obtêm recursos para investir, para pagar dívidas, enfim, indiretamente a questão do emprego está em discussão. Sem dúvida, as atividades tradicionais de uma bolsa de valores contribuem no crescimento econômico. Porém, com a criação da BVSA, a BM&FBovespa amplia sua gama de operações inaugurando uma nova forma de intermediação, um novo paradigma para bolsas de valores: não somente entre investidores financeiros, mas também canalizando recursos de agentes para ONGs, ou seja, transferindo poupanças, redistribuindo a renda de forma voluntária,



possuindo pelo menos uma vantagem em relação às maneiras do governo redistribuir renda: geralmente este recorre às diversas formas de tributação, as quais geralmente não são bem quistas pela população.

Segundo a BVSA (2012) seu objetivo é impulsionar projetos realizados por ONGs brasileiras, visando acima de tudo promover melhorias nas perspectivas sociais e ambientais do país, estabelecendo um ambiente de criação de valor que privilegie a crença em projetos que mereçam ser apoiados, de forma transparente e confiável. A BVSA é reconhecida pela Unesco como um projeto pioneiro no mundo, o qual foi adotado como Estudo de Caso pelo escritório do *Global Compact* da ONU e replicado em 2006 na África do Sul. Além disso, a BM&FBovespa inovou pela criação dos conceitos de Investidor Socioambiental, Ação Socioambiental e Lucro Socioambiental.

A idéia é aproximar doadores de recursos, ou “Investidores Socioambientais”, das ONGs, via intermediação das corretoras de valores associadas e da própria BM&FBovespa. Enquanto um investimento em títulos propicia ganhos financeiros, porém não é o que ocorre ao “investir” na BVSA. O lucro, no caso, é um “Lucro Socioambiental”, ou seja, o ganho é de toda a sociedade ao aumentar as oportunidades de estudo, educação, lazer, saúde, entre outros. Logo não se trata de um investimento no sentido convencional.

O funcionamento da BVSA é simples: o investidor, ao escolher um ou mais projetos sociais de seu interesse, pode efetuar seu “investimento” imprimindo um boleto bancário ou cartão de crédito VISA via Internet. Os recursos arrecadados são totalmente transferidos para a ONG. Todos os custos referentes à comunicação, propaganda, suporte operacional, manutenção do *site* e pagamentos de especialistas e consultores, fica por conta da BM&FBovespa, de forma a garantir que 100% da doação seja repassada à ONG. Existe a possibilidade de pessoas jurídicas descontarem o valor no imposto de renda, observando a legislação a respeito. Entretanto, não existe ainda esta possibilidade em se tratando de pessoas físicas, no caso específico da BVSA.

Na BVSA, há projetos listados em várias áreas de atuação: ambiental, capacitação profissional, cidadania, competência em leitura e escrita, cultural, educação para a saúde e especial, espalhados em diversos estados brasileiros. Conforme se pode visualizar no *site* <http://www.bvsa.org.br>, mesmo sendo uma iniciativa recente, a BVSA têm conseguido canalizar montantes necessários para a



implementação de diversos projetos sociais e ambientais. Desde sua criação, em 2003, já arrecadou cerca de 12,3 milhões de reais, sendo que até 15/08/2012 cento e quatro projetos de ONGs já foram concluídos; desses, cinco são de ONGs paranaenses, as quais conheceremos a seguir.

a) ONG Aliança Empreendedora

O Projeto Aliança Jovem Empreendedor beneficiou 150 jovens microempreendedores de baixa renda em Curitiba e região metropolitana, através de ações de fomento e apoio ao empreendedorismo. O projeto ficou no site da BVSA de 15/01/2008 a 16/01/2011, e captou R\$ 150.262,00.

b) Centro de Convivência Menina Mulher

O Projeto Estilistas do Centro de Convivência Menina Mulher beneficiou jovens do sexo feminino na faixa etária de 16 a 20 anos, moradoras de favelas de Curitiba, através da oferta de cursos de estilismo, modelagem e confecção. O Projeto ficou no site de 15/09/2003 a 02/02/2006, e arrecadou cerca de R\$ 96.958,00.

c) Hospital Erasto Gaertner;

O Projeto Paciente nota 10 do Hospital Erasto Gaertner, instituição sem fins lucrativos, beneficiou aproximadamente 600 crianças e jovens com câncer e em idade escolar. A arrecadação de R\$ 41.000,00 visou equipar a sala de estudos, e o Projeto ficou no site de 09/08/2007 a 03/01/2008.

d) ONG Ideia Ambiental;

O Programa RPPN – Um investimento do futuro, visou a criação e manutenção de reservas florestais denominadas de Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPN), tendo beneficiado municípios e comunidades da Floresta Atlântica do Paraná. Arrecadou cerca de 148.000,00, de 02/01/2008 a 27/07/2009, período em que o Projeto ficou no site da BVSA.

e) ONG Projeto Não Violência.

O Projeto Tribos da Paz foi criado para crianças e adolescentes visando a redução da violência, promovendo ações de caráter educativo e preventivo. Beneficiou cerca de 150 alunos de 12 a 14 anos de escolas públicas de Curitiba, em regiões com alto índice de violência. Arrecadou R\$ 96.000,00, no período de 15/04/2008 a 23/04/2010.

No âmbito do Instituto BMFBovespa há ainda outros cinco Projetos:



- Associação Profissionalizante, o qual tem como objetivo favorecer a integração social e econômica de jovens de baixa renda por meio de ações educacionais;
- Espaço Esportivo e Cultural BM&FBOVESPA: oferece oficinas de leitura, jogos e brincadeiras, canto coral, artes visuais, comunicação, artesanato e cultura de paz, e aulas gratuitas de tênis, basquete, futebol, vôlei e atletismo, bem como aulas de reforço escolar para crianças do Ensino Fundamental e de artesanato para as mulheres da comunidade;
- Apoio Institucional: oferece apoio financeiro e/ou material para organizações sociais.
 - Em Ação: voltado para a ação de Voluntários, em diversas categorias;
 - Clube de Atletismo: outro importante Projeto do Instituto BMFBovespa, que patrocina e distribui prêmios a atletas brasileiros.

5 CONCLUSÃO

Nas últimas décadas os movimentos sociais têm crescido acompanhando o desenvolvimento da sociedade. Soma-se a isso o fato de que no Brasil, muitos problemas sociais e ambientais devem ser combatidos. Assim as chamadas ONGs, com a ajuda de voluntários, do governo e de empresas estão contribuindo para o desenvolvimento sustentável das comunidades onde atuam. Especificamente no caso da Bolsa de Valores Mercadorias e Futuros, o Instituto BM&FBovespa com seu projeto Bolsa de Valores Socioambientais têm logrado êxito ao aproximar pessoas físicas e organizações socialmente responsáveis com a finalidade de promover melhorias socioambientais. Ao efetuar doações destes agentes (“investimentos sociais”) para ONGs implantarem seus projetos, temos a possibilidade de ver tais investimentos gerar “retornos socioambientais”. Percebe-se então que existe espaço para as bolsas de valores atuarem com responsabilidade socioambiental, indo além de seu papel tradicional, com resultados concretos: desde sua criação, em 2003, já arrecadou cerca de 12,3 milhões de reais, sendo que até 15/08/2012 cento e quatro projetos de ONGs já foram concluídos, sendo cinco oriundos de ONGs paranaenses. Trata-se de um novo paradigma de instituição, a qual vem contribuindo com o



desenvolvimento de municípios e com a qualidade de vida nas comunidades onde atuam.

REFERÊNCIAS

ABONG. *ONGs no Brasil. Perfil e catálogo das associadas da Abong*. São Paulo: Abong, 2003.

BOLSA DE VALORES SOCIOAMBIENTAIS. Disponível em: <<http://www.bvsa.org.br>> Acesso em: 15/08/2012

BM&FBovespa. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/a-bmfbovespa/sobre-a-bolsa/historia/historia.aspx?Idioma=pt-br>> Acesso em: 20/06/2012

FRIEDMAN, R. E. **The social responsibility of business is to increase its profits**. New York Times Magazine, set. 1970.

IBGE. **As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2004. 148p.

ISO 26000. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp> Acesso em: 20/06/2012

INSTITUTO BM&FBOVESPA. Disponível em: <<http://www.institutobmfbovespa.org.br/pt-br/QuemSomos.asp>> Acesso em: 20/06/2012

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social Empresarial**. Petrópolis: Vozes, 2006.

MATOS, Maria Izilda S. de. **Terceiro setor e gênero**. São Paulo: Cultura Acadêmica: Instituto Presbiteriano Mackenzie, 2005.

MOTA, Marcio De Oliveira, LIMA, Renata Carneiro; FREITAS, Ana Augusta. **A Responsabilidade Social à Luz da Justiça de Preço**. Revista de Administração FACES Journal, v.8(3), 2009.

ROSA, Alexandre Moraes da *et al.* **Marco legal do terceiro setor: aspectos teórico e Prático**. Florianópolis: Tribunal de Justiça / Divisão de Artes Gráficas, 2003.

SILVA, Ana Paula Ferreira da *et al.* **Indicadores Sociais: Um Estudo Realizado nos Balanços Sociais de Empresas que Receberam o Selo IBASE**. Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade. v.2, n.1, p.72-86, Jan-Abr 2012.

SOUSA, Fabricio Alves de *et al.* **Responsabilidade Social Empresarial: Uma Análise sobre a Correlação entre a Variação do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e o Lucro das Empresas Socialmente Responsáveis que compõem esse Índice**. Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade. v.1,n.1, p.52, 2011.

SOUZA, Julia Alves E., COSTA, Thiago de Melo Teixeira da. **Responsabilidade social empresarial e desenvolvimento sustentável: conceitos, práticas e desafios para a contabilidade**. Revista Organizações em contexto. v.8, n.15, jan.-jun 2012.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade Social Empresarial. Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.



