Relatório de Sustentabilidade

2009



TRIBANCO

O Banco que investe no varejo

Introdução

Este relatório apresenta informações relevantes sobre o desempenho do Tribanco - Banco Triângulo S.A., no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2009, sob aspectos econômicos e socioambientais. Seu objetivo é esclarecer temas que sejam de interesse de todos os públicos com os quais o banco se relaciona, tais como suas ações voltadas para a sustentabilidade, suas conquistas e seu desempenho no ano mencionado.

Para chegarmos ao conteúdo aqui apresentado, foram realizadas reuniões entre integrantes do SIM - Sistema Integrado Martins (não somente do Banco Triângulo), para definição dos indicadores Ethos e GRI, baseados na realidade da empresa hoje e na que se busca alcançar num futuro próximo.

A definição da materialidade das informações aconteceu com a participação do grupo citado acima, tendo como fonte de informação, ações de conhecimento de todo o grupo, praticadas pela empresa e o Código de Ética do SIM - Sistema Integrado Martins, que norteia as ações de colaboradores, parceiros e demais públicos relacionados.

Este foi o primeiro e mais importante passo dado rumo ao processo de sustentabilidade que a empresa se propôs a realizar.

A decisão de seguir as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI) neste relatório aqui apresentado demonstra que toda a empresa, desde a alta administração, se mostra comprometida com a implantação e manutenção de um processo contínuo de busca pela sustentabilidade, não somente no aspecto socioambiental, mas também voltado à sustentabilidade do varejo empreendedor, que garante a movimentação do consumo, empregabilidade e consequente tranquilidade de diversas famílias por todo o país. Este é nosso maior compromisso.

Para nós, é extremamente importante ouvir sugestões que ajudem a melhorar os pontos aqui apresentados e as futuras publicações sobre sustentabilidade do Banco Triângulo. Nosso e-mail "presidente@tribanco.com.br" fica à disposição para todos aqueles que queiram contribuir de alguma forma neste sentido.

Sumário

Mensagem do Presidente ... 7
Tribanco ... 8
A Empresa ... 10
- Missão ... 11
- Visão ... 11
- Integrador de Soluções ... 11
- Produtos e Serviços ... 11

Capacitações para Gerenciar um Pequeno Negócio ... 13
- 1. Iniciar e Expandir a Empresa ... 13
- 2. Gerenciar Operação ... 13
- 3. Crescer e Manter Base de Clientes ... 13
- 4. Investir no Resultado do Negócio ... 13

SIM – Sistema Integrado Martins ... 14
O Grupo ... 16
- Martins Comércio e Serviços S/A - Atacado e Distribuidor ... 16
- Smart Varejos Ltda. - Rede Smart ... 16
- Tricard Administradora de Cartões Ltda ... 16
- Tribanco Seguros S/A ... 16
- E-Fácil ... 16

SIM – Sistema Integrado Martins contribuindo para a bancarização ... 18
- Alavancas ... 18
- Atividades ... 18
- Aprendizados ... 19
- Desafios ... 19

Responsabilidade Socioambiental ... 20
Investir para um mundo melhor ... 22
- IAMAR ... 22
  - Missão ... 22
  - Visão ... 23
  - Valores ... 23
  - Projetos implementados pelo IAMAR em 2009 ... 23
- Ipê ... 24
- Instituto Ethos ... 24
- Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial ... 24
- Comunicado de Copenhague ... 26
- Reconhecimento ... 26
  - Abrinq ... 26
  - Empresa Cidadã ... 26

Responsabilidade com o Cliente ... 27
- No Tribanco, o cliente tem direito à voz ... 27

Governança Corporativa ... 28
- Conselho de Administração ... 30
- Presidência Executiva ... 30
- Diretoria ... 30
- Administração e Governança ... 30
- Comitês Estratégicos ... 30
- Estrutura Societária ... 31

Indicadores de Desempenho ... 32
Atuação ... 34
Desempenho Econômico ... 34
Desempenho Ambiental ... 35
- Energia ... 35
- Conformidade ... 35

Desempenho Social ... 36
- Emprego ... 36
- Relações entre os trabalhadores e a Governança ... 39
- Saúde e Segurança no Trabalho ... 39
- Treinamento e Educação ... 39
- Diversidade e Igualdade de Oportunidades ... 40
- Desempenhos referentes à Sociedade ... 42
  - Anticorrupção ... 42
  - Políticas de Crédito, Risco e *Compliance* ... 42

Sumário GRI ... 43
Indicadores Gerais ... 44
Indicadores de Desempenho ... 48
Ficha Técnica ... 50

Sede Tribanco
em Uberlândia - MG



TRIBANCO
O Banco que investe no varejo

Mensagem do Presidente

O futuro está em nossas mãos

Ser um banco que está presente nos quatro cantos do país, levando as melhores soluções financeiras para toda a cadeia de valor da qual faz parte, o Sistema Integrado Martins, não é uma tarefa fácil. Apesar disso, mantemos como missão ampliar e melhorar nossa estrutura, para sermos o recurso ideal para nossos clientes.

Temos investido não só na qualidade dos nossos produtos e serviços, mas também em um modelo de desenvolvimento que alia os resultados dos negócios com a preocupação social e ambiental.

Além dos projetos que apoiamos, temos o compromisso de, internamente, contribuir para que nossas ações sejam cada vez menos prejudiciais ao meio ambiente e cada vez mais eficientes na preservação dos recursos naturais.

Não queremos ser apenas o melhor grupo financeiro dos nossos públicos: varejistas e consumidores. Queremos também contribuir para a construção de um mundo melhor e sabemos que isso é possível. Temos um longo caminho pela frente. Mas o mais importante é que temos a consciência do quanto podemos fazer para que nosso planeta seja bem melhor. E estamos fazendo.

A transparência nos negócios sempre foi palavra de ordem no Tribanco e, seguindo essa mesma linha, lançamos o nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade, no qual apresentamos o nosso desempenho social, ambiental e econômico de 2009.

João Ayres Rabello Filho
Presidente do Tribanco




abco

A Empresa

Em 1990, o Tribanco (Banco Triângulo S/A) foi criado pelo Grupo Martins para ser o elo financeiro da cadeia de valor e promover o seu desenvolvimento.

O grande diferencial do Tribanco é o amplo conhecimento do mercado em que atua, proveniente da experiência acumulada pelo Martins no relacionamento com o varejo e a indústria.

Fazer mais pelo desenvolvimento do varejo. Esse é o pensamento que move o Tribanco a cumprir sua missão de fornecer Soluções Integradas, buscando sempre oferecer o melhor e firmando todo o seu compromisso e empenho no crescimento da cadeia de valor.

Em outras palavras, o Tribanco contribui para o desenvolvimento sustentável do varejo empreendedor, pois cresce junto e trilha um caminho de sucesso, conquistando cada vez mais a confiança e o respeito do mercado.

Para tanto, o **Tribanco entende os desafios, identifica as necessidades e fornece soluções financeiras e de gestão completas, provendo com produtos e serviços de maior valor agregado a todas as frentes da cadeia:** indústria (fornecedor Martins), distribuidor, comunidade logística, varejo e consumidor.

Por meio de um trabalho em total sinergia com as empresas do Grupo Martins, o Tribanco consegue reunir as melhores competências para proporcionar o desenvolvimento e a diferenciação do seu negócio no mercado, sendo reconhecido pelo seu importante papel no financiamento e crescimento também de toda a cadeia de valores.



Missão

Fornecer soluções financeiras criativas e conhecimento para empresas e consumidores que interagem no Sistema Integrado Martins, capacitando-os para cooperar e competir, atuando segundo os princípios de sustentabilidade, gerando resultados consistentes para acionistas e todas as partes interessadas.

Visão

Ser o banco das micro e pequenas empresas, entregando soluções de negócio demandadas pelo mercado, utilizando e alavancando primordialmente a força da cadeia de distribuição.

Integrador de Soluções

Para desempenhar sua missão de Integrador de Soluções, o Tribanco se relaciona com o mercado de uma forma complementar, estabelecendo parcerias, inclusive com as demais instituições financeiras, na busca de soluções abrangentes que atendam às necessidades de seus clientes.

Aprimorando continuamente seus produtos e serviços e estendendo suas operações para servir às diferentes comunidades que interagem com o Martins, hoje o Tribanco também assume o papel de ser o banco do varejo alimentar e dos segmento de eletroeletrônicos, material de construção e farmacêutico.

Produtos e Serviços

O Tribanco torna o varejo mais ágil e competitivo, oferecendo e adequando soluções às necessidades do negócio de seus clientes.

São muitas facilidades em créditos e financiamentos, contratados com agilidade, sem burocracia, com prazos alongados e taxas competitivas. Antecipações, empréstimos, serviços bancários e investimentos são algumas soluções disponíveis para que seus clientes aproveitem as oportunidades de mercado, otimizem seu fluxo de caixa, comprem veículos, máquinas, equipamentos e muito mais.

O Tribanco também oferece comodidade aos lojistas, com serviços entregues de forma remota, por meio da internet. Além disso, para facilitar ainda mais o trabalho, reduzir os custos e aumentar a segurança, o recolhimento de numerários com uso de carro forte - Recolha - elimina a necessidade de deslocamento até uma agência bancária para depósito dos recursos. Já o Sistema Tribanco de Pagamento - STP - permite a terceirização e a segurança do contas a pagar.

Para proporcionar diferenciação e competitividade ao varejo empreendedor, o banco desenvolveu as seguintes soluções para aumentar o tíquete médio de venda e o fluxo de clientes na loja:
1. Tudo Fácil, que permite ao lojista receber contas de consumo, boletos bancários e realizar recargas de telefones;
2. Cartões de crédito exclusivos do estabelecimento, que apresentam amplas vantagens para consumidores e varejistas, através da administradora Tribanco Cartões.

Ao concentrar numa única conta todas as bandeiras de cartões, o lojista consegue antecipar seus recebíveis antes mesmo de vender, além de descontar duplicatas e cheques pré-datados.

Com o Tribanco Corretora de Seguros, o banco proporciona o que há de melhor em seguros para garantir a tranquilidade de varejistas, consumidores, fornecedores, parceiros de negócios e colaboradores.

Com tantas soluções para gerar o desenvolvimento de seus clientes, o Tribanco também oferece opções de investimentos, como o CDB, para proporcionar ganhos diários para os excedentes de caixa.

Tudo isso faz do Tribanco o parceiro ideal para o crescimento de toda a cadeia de valor.

Portfólio



O Tribanco possui um portfólio de produtos e serviços desenvolvidos a partir das necessidades dos clientes do Grupo Martins.

Os produtos são desenvolvidos para agregar valor dentro das cadeias de valor nas quais atuamos.

Capacitações para Gerenciar um Pequeno Negócio

1. Iniciar e Expandir a Empresa

- Planejar a entrada no negócio
- Mobilizar recursos financeiros
- Construir infraestrutura
- Lançar o negócio

2. Gerenciar Operação

- Organizar e gerenciar a loja
- Atender clientes
- Gerenciar fluxo financeiro
- Gerenciar funcionários
- Gerenciar alianças

3. Crescer e Manter Base de Clientes

- Desenvolver programas de marketing e relacionamento
- Atrair novos clientes
- Reter clientes
- Gerenciar presença na mídia e na web

4. Investir no Resultado do Negócio

- Avaliar oportunidades de investimento
- Reaplicar recursos no negócio
- Investir no mercado financeiro
- Vender o negócio



SIM -





Sistema Integrado Martins





O Grupo

O SIM - Sistema Integrado Martins - une as empresas que fazem parte do Grupo por meio de objetivos comuns, promovendo ações e parcerias que proporcionem melhor desempenho à cadeia de valor.

O lema do SIM é: "juntos cada um vale mais". O Grupo acredita também que o sucesso da indústria, do atacado, da pequena e média empresa e o atendimento das necessidades do consumidor final com qualidade, são vitais para o desenvolvimento sustentável da sociedade.

O SIM tem como premissa que a prática de um conjunto de Valores é indispensável para um relacionamento harmonioso com todos os seus públicos e deve ser coerente com seu posicionamento. Por isso, pratica valores como:

Integridade
Amor pelo que faz
Lealdade
Justiça
Inovação
Humildade
Disciplina

Além do Tribanco, fazem parte do SIM:

Martins Comércio e Serviços S/A - Atacado e Distribuidor

A atividade de atacado foi o ponto de partida que deu origem ao Martins Comércio e Serviços de Distribuição S/A e às diversas frentes de negócios do Grupo.

Smart Varejos Ltda - Rede Smart

A Rede Smart é um conceito de aliança em grande escala entre varejistas dispostos a transformar dificuldades em oportunidades. A prioridade da Rede Smart é promover a união entre os varejistas, capacitando-os e oferecendo um relacionamento com vantagens progressivas para que o filiado tenha competitividade no mercado. Sob este conceito, as lojas filiadas à Rede Smart continuam se mantendo autônomas, geridas e controladas pelo proprietário.

Tricard Administradora de Cartões Ltda

Para atender ao varejo empreendedor com serviços diferenciados, o Tribanco criou a Tricard, empresa focada no desenvolvimento de cartões e serviços com vantagens exclusivas tanto para o consumidor quanto para o varejista.

Tribanco Seguros S/A

A Tribanco Seguros é a mais nova empresa do Sistema Integrado Martins. Com toda a experiência e credibilidade do grupo, chega para agregar soluções em proteção, oferecendo segurança aos varejistas, consumidores, colaboradores e prestadores de serviços.

E-Fácil

O E-Fácil é o site de *e-commerce* do SIM, que oferece uma variedade de produtos eletrônicos, eletrodomésticos, eletroportáteis, informática, cine & foto, telefonia, entre outros itens, por meio do endereço eletrônico www.efacil.com.br


MARTINS
MARTINS
MARTINS
MARTINS









SIM – Sistema Integrado Martins contribuindo para a bancarização

O sucesso do Martins baseou-se na estratégia de atender a base da pirâmide social do Brasil. Quando as grandes redes varejistas chegaram ao País, o Grupo decidiu criar seu próprio nicho de mercado, passando a atender o segmento varejista composto por micro, pequenos e médios estabelecimentos familiares (MPMEs). Para isso, modernizou sua tecnologia de armazenamento e logística para concorrer eficientemente no mercado. Optou por não investir em imóveis e instalações e nem em construir uma rede de lojas próprias. Sua principal operação é a distribuição de uma variedade de mercadorias para mais de 200 mil estabelecimentos varejistas em todo o País, por meio de sua frota de caminhões monitorada por satélite.

Da mesma forma, o Tribanco oferece crédito a mais de 36 mil varejistas e 4 milhões de consumidores individuais. Muitos desses indivíduos estão acessando pela primeira vez um cartão de crédito e iniciando o desenvolvimento do seu histórico de crédito positivo, o que contribui para a sua inclusão social. O Tribanco é reconhecido como uma história de sucesso em microfinanciamento no Brasil. Ao contrário de muitos outros bancos, que evitam conceder crédito a micro, pequenas e médias empresas, o Tribanco dedica mais de 80% de seu total de crédito a esse segmento, atuando também em áreas remotas que não são cobertas pelo sistema bancário formal.

Alavancas

A principal alavanca do Martins é crescer junto com as empresas que atende. Ajudar seus clientes empreendedores a crescer e desenvolver seus negócios está diretamente relacionado ao crescimento das vendas do Grupo. Assim, oferece também soluções integradas a seus clientes, seguindo as melhores práticas varejistas (otimização do mix de produtos, iluminação e estrutura de *displays*) e de financiamento (capital de giro e/ou empréstimos para reformas).

A alavanca do Tribanco é atuar como um integrador de soluções financeiras à cadeia de valor, entendendo os desafios dos clientes, identificando suas necessidades e fornecendo a eles soluções financeiras e de gestão. Seus serviços estendem-se a toda a cadeia de valor de fornecedores e varejistas (MPMEs) e a consumidores finais (geralmente, oriundos de segmentos da população não atendidos por outras fontes).

Atividades

A Universidade Martins do Varejo foi criada para oferecer aos clientes do Grupo o treinamento de que necessitam para incrementar seus negócios. Muitos deles vêm de locais bastante distantes, para aprender as habilidades que lhes permitirão desempenhar melhor as funções de gerente, vendedor ou intermediário financeiro





(por exemplo, para emitir cartões de crédito do próprio varejista). Outros, necessitam de técnicas de iluminação e estruturação de instalações para tornar seus estabelecimentos mais eficientes no que diz respeito ao consumo de energia, por exemplo.

O Tribanco e o IFC firmaram recentemente um acordo de Assistência Técnica para o Desenvolvimento de Habilidades (*Capacity Building Technical Assistance* - TA), visando fortalecer o papel de intermediação financeira dos varejistas que fazem parte da cadeia de valor do Martins. Com esse acordo, o Tribanco poderá desenvolver as habilidades de seus próprios agentes de crédito para que atuem como multiplicadores e possam, por sua vez, treinar seus clientes, tanto os cerca de 23 mil varejistas, quanto os consumidores individuais, para ter melhor acesso a instrumentos de financiamento. Com isso, o Tribanco deverá tornar-se um 'capacitador', oferecendo treinamento e produtos de maior valor agregado para os varejistas independentes. Além de desenvolver as habilidades do Tribanco para atuar como intermediário financeiro, o IFC e a instituição estão desenvolvendo, junto com ONGs locais, programas de conscientização sobre sustentabilidade a serem implantados ao longo de toda a cadeia de valor, incluindo consumidores finais. Esses programas deverão englobar três áreas principais: crédito responsável ao consumidor, questões ambientais e responsabilidade social.

Aprendizados

1. Todo o Grupo Martins, o que inclui o Tribanco, está totalmente comprometido com o atendimento de seus clientes varejistas, tanto em termos de distribuição, como de serviços financeiros, uma vez que seu crescimento tem reflexos diretos no crescimento do Banco e do Grupo como um todo.

2. O comprometimento da liderança, bem como a integração em todo o Grupo, é fundamental para se obter sucesso no atendimento aos clientes.

Desafios

Continuar a atender aos varejistas que crescem e se desenvolvem, e influenciá-los de modo a estender a implementação dos programas de conscientização sobre sustentabilidade.


Guia do Educando 1

Responsabilidade Socioambiental





Investir para um mundo melhor

Investir na harmonia do ser humano com o meio ambiente é viver desde já um mundo melhor. É nisso que acreditamos. É isso que fazemos.

IAMAR
Instituto Alair Martins
Utilidade Pública Federal

IAMAR

O Tribanco, por meio do IAMAR, consciente da importância de ser uma empresa socialmente responsável, incentiva a prática da responsabilidade socioambiental junto aos seus colaboradores, fornecedores e clientes, seguindo um caminho que poderá garantir o bem-estar das pessoas e a harmonia do ambiente no qual estão inseridas.

O IAMAR - Instituto Alair Martins é uma instituição de natureza socioambiental, cultural e educacional constituída sob a forma de associação civil, sem fins econômicos e lucrativos, fundada em 08/06/2005.

Missão

Desenvolver o potencial de adolescentes e jovens para construir visões de futuro e transformá-las em realidade por meio da Educação para o Empreendedorismo, contribuindo para o seu crescimento nos campos pessoal, social, produtivo e na promoção de uma cultura de preservação ambiental.





Visão

Ser uma organização conhecida e reconhecida em âmbito nacional e internacional por sua contribuição à causa da educação para o empreendedorismo, com base em concepções e métodos desenvolvidos a partir da cultura e dos recursos do grupo empresarial que lhe deu origem.

Valores

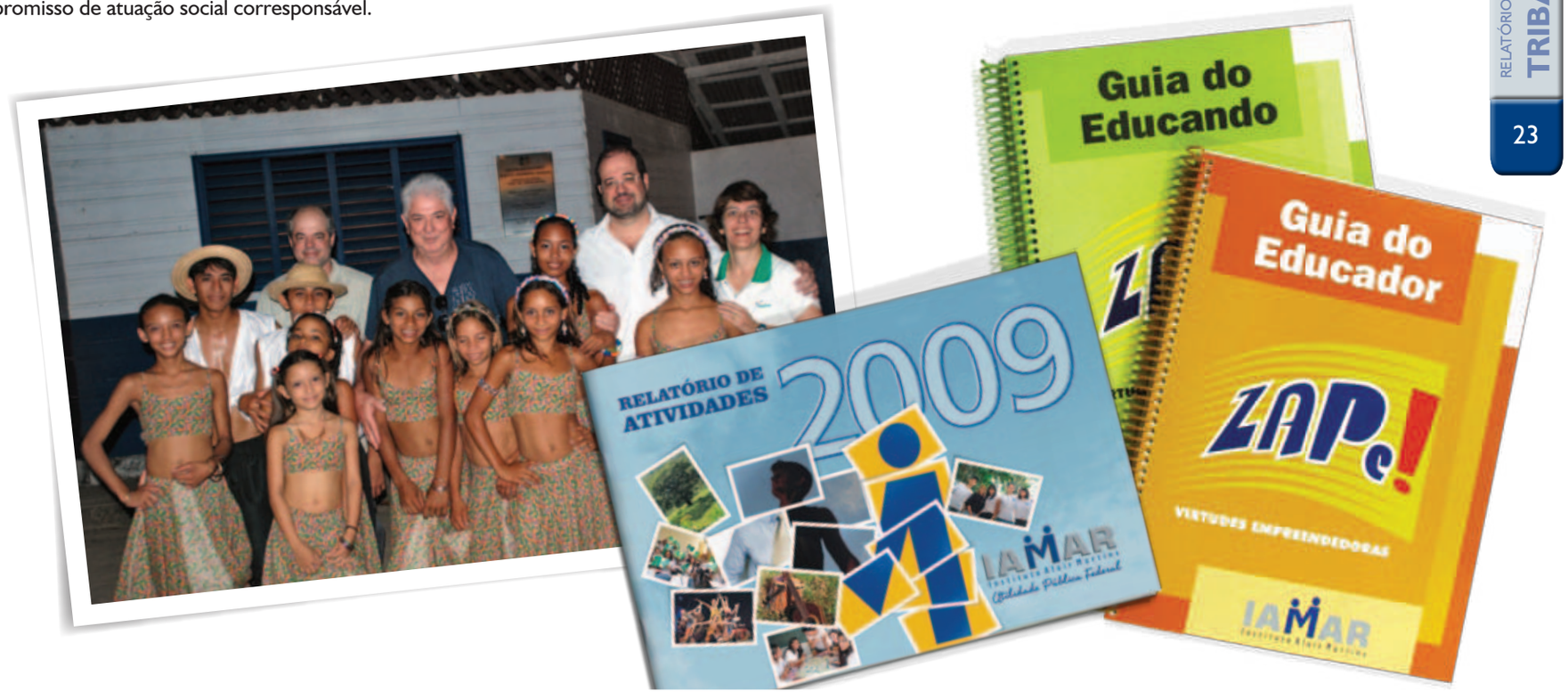
O Instituto Alair Martins, adota os valores estruturantes da cultura organizacional do GRUPO MARTINS, colocando-os para circular em seus relacionamentos estratégicos e projetando-os no ambiente social, por meio de programas e ações que concretizam e expressam seu compromisso de atuação social corresponsável.

Projetos implementados pelo IAMAR em 2009

- ZAPe – Virtudes Empreendedoras: 1.467 jovens beneficiados
- Vantagens de Permanecer na Escola: 6.291 jovens beneficiados
- VemSer: 99 colaboradores voluntários
- Formando Empreendedores 2ª edição: 290 participantes

Total de beneficiados diretos IAMAR em 2009: 8.147
Projetos Educacionais apoiados pelo IAMAR em 2009: 550.498 beneficiados
Projetos Culturais em 2009: 117.811 beneficiados

A íntegra de todos os projetos desenvolvidos está no Relatório de Atividades do IAMAR, ou no site www.iamar.org.br



Ipê

A parceria institucional com o IPÊ - Instituto de Pesquisas Ecológicas, OSCIP com 18 anos de existência, que atua em 6 localidades do Brasil, contribui para a proteção de mais de 5 milhões de hectares de floresta tropical e de mais de 15 espécies de animais, a maioria, ameaçada de extinção. Todo o trabalho é realizado em conjunto com as comunidades das regiões onde o IPÊ atua, tendo a educação ambiental e as alternativas sustentáveis de desenvolvimento como base indispensável para que as pessoas se integrem à natureza e melhorem de vida.

A parceria está permitindo a formação de um fundo para que o IPÊ garanta sua sustentabilidade financeira. Esse fundo tem como objetivo, dar o suporte necessário para a instituição desenvolver seus projetos de conservação socioambiental, se profissionalizando em todas as suas áreas de atuação internas e externas, inclusive estabelecendo metas de longo prazo.

Instituto Ethos

O Tribanco é uma empresa associada ao Instituto Ethos e **colabora com a disseminação da prática da responsabilidade social empresarial, assumindo e respeitando a missão do instituto**, que é:

- Compreender e incorporar de forma progressiva o conceito do comportamento empresarial socialmente responsável;
- Implantar políticas e práticas que atendam a elevados critérios éticos, contribuindo para o alcance do sucesso econômico sustentável a longo prazo;
- Assumir suas responsabilidades com todos aqueles que são atingidos por suas atividades;
- Demonstrar a seus acionistas a relevância de um comportamento socialmente responsável para o retorno de longo prazo sobre seus investimentos;
- Identificar formas inovadoras e eficazes de atuar em parceria com as comunidades na construção do bem-estar comum;
- Prosperar, contribuindo para um desenvolvimento social, econômico e ambientalmente sustentável.

Conheça mais sobre o Instituto Ethos, visitando o site www.ethos.org.br



Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

Nos dias 1, 2 e 3 de julho de 2009, um grupo bastante diversificado de aproximadamente 30 funcionários do Tribanco, Tricard, Martins e IAMAR foi reunido em Uberlândia - MG, representando seus diferentes negócios, áreas geográficas e funcionais. Durante estes três dias, os funcionários participaram de uma oficina conduzida pelo UniEthos, onde foram discutidos os temas de responsabilidade social e desenvolvimento sustentável, culminando com a auto-aplicação dos Indicadores Ethos.


IPÊ
Instituto de Pesquisas Ecológicas
MARTINS

Comunicado de Copenhague

O Tribanco, pelo 2º ano, assinou o Comunicado de Copenhague sobre as Alterações Climáticas!

Este comunicado é divulgado pelos líderes econômicos de mais de 500 empresas globais. Apela a um acordo mundial ambicioso, robusto e justo sobre as Alterações Climáticas, que responda de maneira confiável à escala e à urgência das crises que o mundo atualmente enfrenta.



Reconhecimento

Abrinq

O Tribanco foi certificado com o selo Empresa Amiga da Criança, título concedido pela Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, às empresas que assumem o importante compromisso de atuar na prevenção e erradicação do trabalho infantil.

O selo é concedido pelo comprometimento firmado com a Fundação Abrinq, envolvendo os seguintes temas: combate ao trabalho infantil, educação, saúde, direitos civis e investimento social na criança.

Empresa Cidadã

Desde 1999, o Sistema Integrado Martins recebe da Câmara Municipal de Uberlândia - MG o título de "Empresa Cidadã" pelos serviços sociais prestados à comunidade através de projetos como o "VemSer", iniciativa que engloba a participação dos colaboradores do Grupo como voluntários.

O Selo Empresa Cidadã é um estímulo à responsabilidade social das empresas no município.

A premiação é um reconhecimento aos esforços da empresa na busca de um novo patamar de civilidade pautado na preservação do meio ambiente, na qualidade de vida, na equidade e no desenvolvimento humano dos colaboradores, das suas famílias e da comunidade.

Responsabilidade com o Cliente

No Tribanco, o cliente tem direito à voz

Sentindo a necessidade de um contato mais próximo, de ouvir, compreender e falar a mesma língua dos clientes, o Tribanco percebeu que precisava conhecer as suas diferentes realidades e o dia-a-dia de cada um.

Assim, em 2007, nasceu o Conselho de Clientes Tribanco, um dos mais importantes trabalhos realizados pelo banco para entender melhor seu maior patrimônio: o cliente.

É um momento único, pois assim, o banco identifica várias ações de melhorias para aprimorar o relacionamento com todos os clientes.



Em seu primeiro ano de atuação, o Conselho de Clientes Tribanco realizou encontros em 10 capitais brasileiras para ouvir e entender as necessidades dos clientes sobre os produtos, serviços e formas de atendimento. Com isso, alguns indicadores de atratividade (o que leva o cliente a trabalhar com o Tribanco) foram identificados e desenvolvidos internamente: Agilidade, Competitividade, Credibilidade e Relacionamento.

As sugestões e percepções dos clientes foram tão importantes para o Tribanco que no ano seguinte, 2008, novos encontros foram realizados com diferentes clientes em regiões até então não visitadas. Da mesma forma, em 2009, o Tribanco viajou por novas localidades para escutar seus clientes e, com isso, aperfeiçoar seus produtos, que a cada dia se adequam às peculiaridades de cada cliente.

Os clientes "conselheiros" foram ouvidos e o Tribanco vem trabalhando para desenvolver as melhorias propostas nas reuniões e já colocou algumas delas em prática.




Governança
Corporativa

Conselho de Administração

Presidente:
Juscelino Fernandes Martins

Conselheiros:
Alair Martins do Nascimento
Álvaro de Souza
José Antônio Rossi Salles
José Guimarães Monforte
José Luis Osório de Almeida Filho
Francisco Mesquita Neto

Presidência Executiva

João Ayres Rabello Filho assumiu a presidência do Tribanco em novembro de 2009.

O executivo conta com experiência de 30 anos no mercado financeiro e vem com objetivo de fomentar ainda mais os negócios de todo o Sistema Integrado Martins, por meio dos produtos e serviços que o Tribanco oferece a cada um dos elos desta cadeia.

Diretoria

Diretor Geral - Valentin Antônio Zordan
Diretor de Operações - José Mário Garcia Cury
Diretor de Administração e Controle - Marco Túlio da Silva
Diretor Adjunto de Tecnologia - Guilherme Antônio de Oliveira
Diretor Adjunto Comercial - Lúcio Alves de Oliveira
Diretor Adjunto de Negócios - Alcir Amâncio
Diretora Adjunta de Recursos Humanos - Aparecida Teixeira Moraes

Administração e Governança

Auditoria Externa:
Deloitte Touche Tohmatsu

Auditoria Interna:
Revisar e avaliar a integridade, adequação e aplicabilidade dos controles financeiros, econômicos, contábeis e operacionais exercidos pela instituição - Estrutura Interna.

Comitês Estratégicos*

Governança e Riscos
Coordenador: José Luis Osório

Finanças
Coordenador: José Antônio Rossi Salles

Estratégia e Inovação
Coordenador: Alcir Amâncio

TI e Infraestrutura
Coordenador: Guilherme A. de Oliveira

Desenvolvimento e Marketing
Coordenador: José Mário G. Cury

Recursos Humanos
Coordenador: Álvaro de Souza

Sustentabilidade
Coordenador: Cristine Luise Handel

*Atribuições

Apoio consultivo ao Conselho

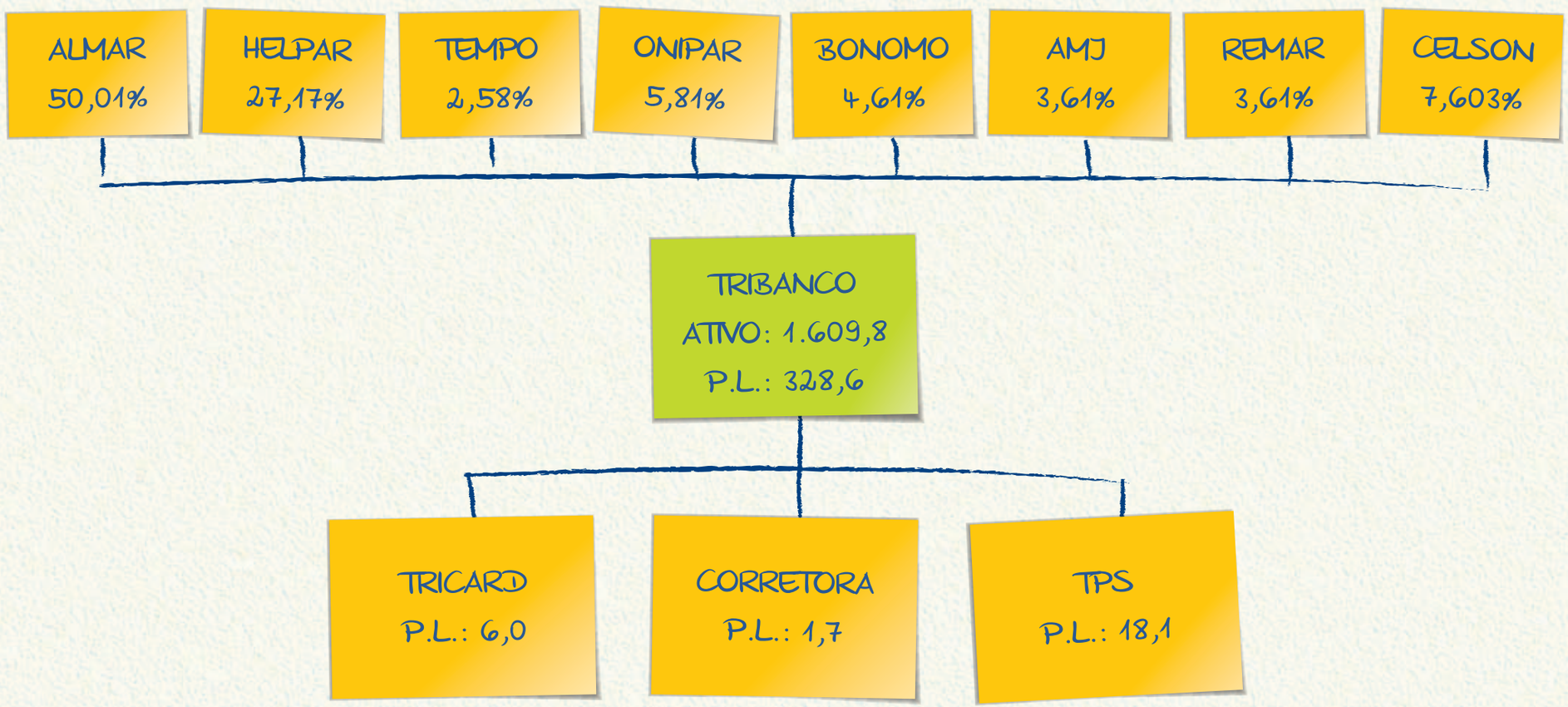
Estudo e sugestão de melhores práticas

Monitoramento da implantação das decisões do Conselho

Discussão e preparação de assuntos a serem submetidos à aprovação do Conselho

Acionistas e empregados podem fazer sugestões diretamente aos representantes e coordenadores dos comitês estratégicos. Além disso, temos um canal de comunicação formal e anônimo que é a ouvidoria interna.

Estrutura Societária




Indica







adores de Desempenho

Atuação

O Tribanco atua em quase 70% do território brasileiro e está presente em aproximadamente 3.850 municípios, atendendo mais de 36.000 clientes nos mais diversos segmentos (Varejo, Farmacêutico, Materiais de Construção, Eletro e Informática, Agro Veterinário).

Conta com um total de 545 colaboradores em 47 agências e 86 escritórios espalhados pelo Brasil.

Tipo de Natureza Jurídica: S/A Fechada

Desempenho Econômico

BALANÇO	2006	2007	2008	2009
Ativos Totais	986.997	1.344.598	1.512.700	1.667.338
Aplicações Interfinanceiras de Liquidez (operações de mercado aberto)	65.084	48.854	285.790	283.967
Títulos e Valores Mobiliários (carteira de títulos)	4.571	7.860	78.244	7.789
Carteira Crédito	800.751	1.143.074	1.043.215	1.239.146
Carteira de Crédito (P.J.)	798.181	1.139.507	855.068	1.025.141
Carteira de Crédito (P.F.)	2.570	3.567	188.147	214.005
Ativo Permanente (ativos fixos)	39.877	41.789	43.421	38.861
Captações (*Fuding* Total)	649.540	882.791	1.038.580	1.138.886
Patrimônio Líquido	233.108	271.860	312.274	320.922

Desempenho Ambiental

Energia

A energia utilizada em todas as Agências e Escritórios do Tribanco, provém das companhias do setor.
Em **2009, foram consumidos 264.489 kw em todo o Brasil.**

Conformidade

O Banco Triângulo S/A segue as leis e regulamentos ambientais e não tem em seu histórico qualquer autuação.





Em 2009, o Tribanco disponibilizou em sua plataforma de EAD (Ensino à Distância) um curso em 9 módulos, incentivando o Consumo Consciente para todos os seus clientes e colaboradores.

- Módulo A: Sustentabilidade
- Módulo B: Consumo Consciente
- Módulo C: Introdução ao Consumo Consciente
- Módulo D: O que cada um tem a ver com isso?
- Módulo E: Dinheiro e Crédito
- Módulo F: Consumo Consciente do Dinheiro e Crédito
- Módulo G: Práticas do Consumo Consciente do Dinheiro e Crédito
- Módulo H: Orçamento Consciente
- Módulo I: Orçamento Consciente 2

Desempenho Social

Emprego

Quantidade de pessoas por tipo de emprego e contrato de trabalho em 31/12/2009

Empregos Diretos	Empregados (CLT)	504
	Diretores Estatutários	8
	Estagiários	19
	Conselheiros	7
	Total	538
Empregos Indiretos	Aproximadamente	173
Menor Aprendiz		19

Total de Admissões e Transf. Entrada de Colaboradores em 2009

Faixa Etária	Mulheres	Homens	Total
18 a 25	18	9	27
25 a 35	18	28	46
35 a 45	1	11	12
Acima de 45	1	4	5
Total	38	52	90

Total de Demissões e Transf. Saída de Colaboradores em 2009

Faixa Etária	Mulheres	Homens	Total
18 a 25	4	5	9
25 a 35	12	14	26
35 a 45	4	12	16
Acima de 45	2	7	9
Total	22	38	60

Total de Admissões e Demissões de Colaboradores em 2009

Região	Admissões	Demissões
Centro-Oeste	8	5
Nordeste	14	11
Norte	6	3
Sudeste	56	37
Sul	6	4
Total	90	60

Quantidade de Colaboradores em 31/12/2008

489

Quantidade de pessoas por região em 31/12/2009

	Sul	Sudeste	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Total
Colaboradores	34	354	26	77	28	519
Estagiários	3	10	0	6	0	19
Total	37	364	26	83	28	538

Quantidade de pessoas por faixa etária em 31/12/2009

	18 a 25 anos	25 a 35 anos	35 a 45 anos	Acima de 45	Total
Colaboradores	50	249	142	78	519
Estagiários	16	3	0	0	19
Total	66	252	142	78	538

Quantidade de pessoas por gênero em 31/12/2009

	Homens	Mulheres	Total
Colaboradores	304	215	519
Estagiários	11	8	19
Total	315	223	538

Turnover Global 2009 de Colaboradores por faixa etária e gênero

	Mulheres	Homens	Total
Turnover (gênero)	6,13%	9,20%	15,34%
18 a 25	2,25%	1,43%	3,68%
25 a 35	3,07%	4,29%	7,36%
35 a 45	0,51%	2,35%	2,86%
Acima de 45	0,31%	1,12%	1,43%

Turnover Global 2009 de Colaboradores por região

Região	Turnover
Centro-Oeste	1,33%
Nordeste	2,56%
Norte	0,92%
Sudeste	9,51%
Sul	1,02%
Total	15,34%



Relações entre os trabalhadores e a Governança

100% dos empregados contratados em regime de CLT são abrangidos pela Convenção Coletiva de Trabalho da categoria.

Prazo minímo para notificação com antecedência referente a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento está especificado em acordos de negociação coletiva.

Saúde e Segurança no Trabalho

Não houve qualquer registro de Acidente de Trabalho ou Doença Ocupacional no ano de 2009.

Treinamento e Educação

Investir no treinamento de seus colaboradores é uma grande preocupação do Tribanco. Em 2009, foram disponibilizadas mais de 70 horas de treinamento para colaboradores dos mais diversos cargos.

O Tribanco, junto com o Martins, disponibiliza para **colaboradores e clientes** uma plataforma de EAD (Ensino à Distância) com mais de 300 cursos, que abordam uma grande variedade de temas, como Sustentabilidade, Finanças, Marketing, Comunicação, Desenvolvimento Pessoal, Negociação, Estatística, Português, Prevenção a Lavagem de Dinheiro e Atendimento, entre outros.

O Tribanco também investe no colaborador que quer aprimorar seus conhecimentos em treinamentos específicos à sua atividade desempenhada.

Diversidade e Igualdade de Oportunidades

Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade.

A Governança Corporativa da empresa é de responsabilidade da Diretoria do Banco, do Conselho de Administração e também dos seguintes Comitês Estratégicos, compostos por membros da Diretoria do Tribanco, Martins, Conselheiros Internos e Independentes, Gerentes, Superintendentes e Consultores Externos:

Percentual de Pessoas com Deficiência na Empresa

0,56%

Quantidade de pessoas por raça em 31/12/2009

Raça	Qtde Pessoas
Amarela	2
Branca	474
Negra	13
Parda	49
Total	538

Percentual de pessoas em cargos de Gerência/Direção por raça em 31/12/2009

Raça	Porcentagem de Pessoas
Branca	96,67%
Parda	3,33%

Percentual de pessoas em cargos de Gerência/Direção por gênero em 31/12/2009

Gênero	Porcentagem de Pessoas
Mulheres	25,00%
Homens	75,00%

Percentual de pessoas em cargos de Gerência/Direção por faixa etária em 31/12/2009

Faixa Etária	Porcentagem de Pessoas
25 a 35	13,33%
35 a 45	45,00%
Acima de 45	41,67%

Relação entre média de salário base de homens e mulheres por categoria funcional

	Homens			Mulheres			
	Salário	Qtde	Média	Salário	Qtde	Média	Relação
Assistentes	91.927,57	67	1.372,05	156.690,82	126	1.243,58	10,33%
Analistas	413.778,43	185	2.236,64	172.824,04	74	2.335,46	4,42%
Gerentes	216.680,66	34	6.372,96	58.601,12	12	4.883,43	30,50%

Desempenhos referentes à Sociedade

Anticorrupção

Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização.

100% dos empregados foram treinados no procedimento de Prevenção e Combate à Lavagem de Dinheiro, através do curso de ensino à distância e "Cartilha" entregue a todos os colaboradores contratados.

Políticas de Crédito, Risco e *Compliance*

O Tribanco atua na gestão de seus riscos de forma ativa e tempestiva, atendendo as recomendações do órgão regulador e em busca do aumento da segurança de seus sistemas, processos, produtos e serviços que atendem aos seus clientes, acionistas, colaboradores, fornecedores e parceiros comerciais.

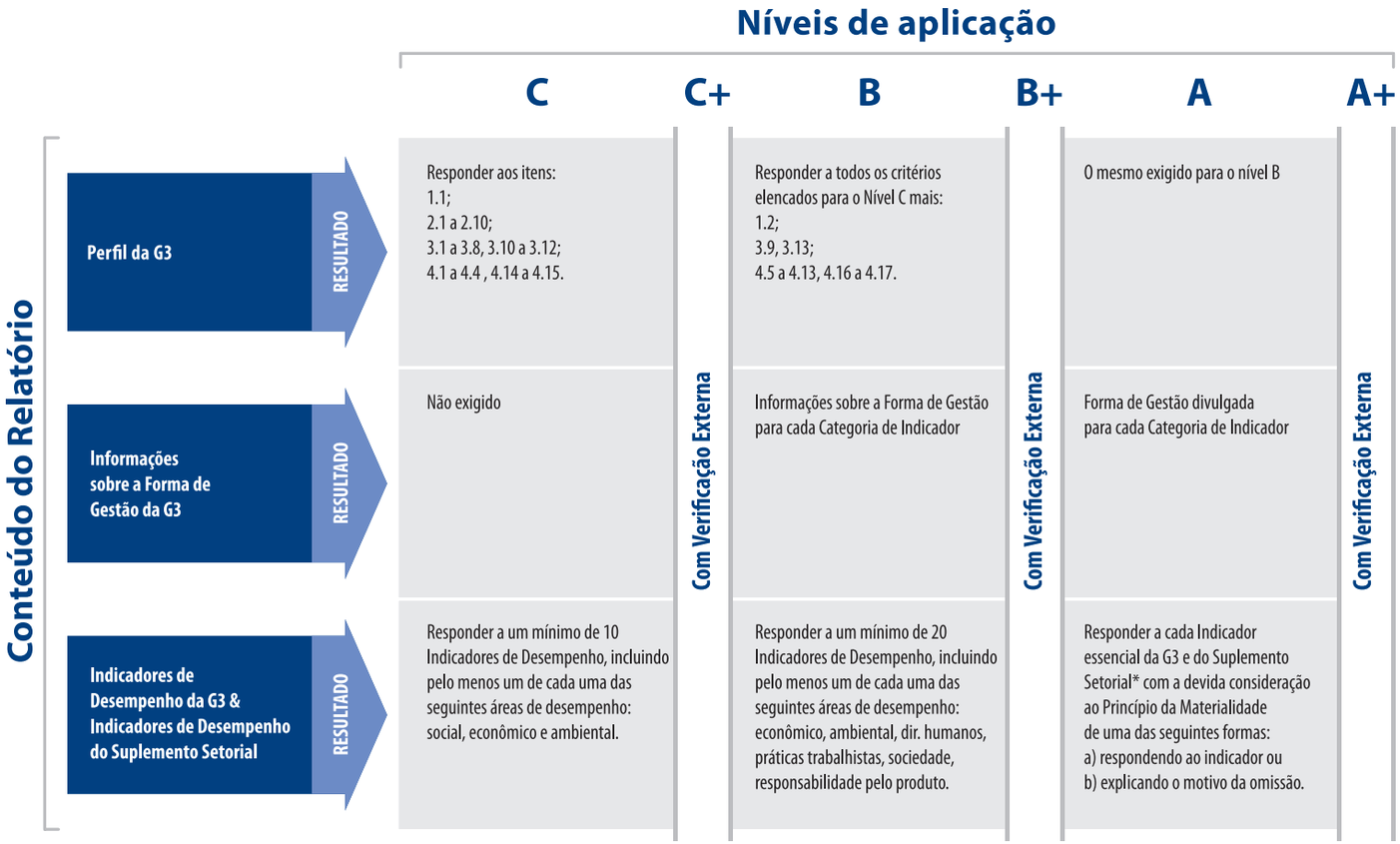
O ambiente de governança corporativa implementado valida e apoia esta gestão de riscos, por intermédio do Conselho de Administração, Comitês Estratégicos e Alta Administração, que recebem informações periódicas dos principais riscos para acompanhamento e tomada de decisão, caso necessário.

A área de Gestão de Riscos, Controles Internos e *Compliance* é responsável pela geração destas informações e gestão dos riscos da instituição, com foco em Risco de Mercado e Operacional.



Sumário GRI

Este primeiro relatório do Banco Triângulo S/A será publicado bienalmente, segue as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI) e contempla o nível C de aplicação da versão G3 dos indicadores.



*Suplemento Setorial em sua versão final

Indicadores Gerais

Estratégia e Análise

*	GRI 1.1	ETHOS 3.9	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão na organização.	7

Perfil Organizacional

	GRI 2.1	Nome da organização.	10
	GRI 2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.	11, 12, 13
	GRI 2.3	Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e *joint ventures*.	34
	GRI 2.4	Localização da sede da organização.	50
	GRI 2.5	Número de países em que a organização opera e nome dos países em que suas principais operações estão localizadas ou são especialmente relevantes para as questões de sustentabilidade cobertas pelo relatório.	34
	GRI 2.6	Tipo de natureza jurídica da propriedade.	34

* Correlação de indicadores GRI com ETHOS.

GRI 2.7	Mercados atendidos (Incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários).	34
GRI 2.8	Porte da organização.	34
GRI 2.9	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório, referentes a porte, estrutura ou participação acionária.	30
GRI 2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório.	26

Parâmetros para o relatório

GRI 3.1	Período coberto pelo relatório (como ano contábil/civil) para as informações apresentadas.	3
GRI 3.2	Data do relatório anterior mais recente.	N/A **
GRI 3.3	Ciclo de emissão de relatórios.	43
GRI 3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo.	50
GRI 3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório.	3
GRI 3.6	Limite do relatório (como países, divisões subsidiárias, instalações arrendadas, *joint ventures*, fornecedores).	34

** Não se aplica.

GRI 3.7	Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório.	50
GRI 3.8	Base para a elaboração do relatório no que se refere a *joint venture*, subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras organizações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizações.	3, 50
GRI 3.10	Explicação das consequências de quaisquer reformulações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações.	N/A**
GRI 3.11	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores, no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório.	N/A**

Sumário de Conteúdo da GRI

GRI 3.12	Tabela que indentifica a localização das informações no relatório.	43-49

Governança, Compromisso e Engajamento

GRI 4.1	Estruturação de governança da organização, incluindo comitês sob o mais alto órgão de governança responsável por tarefas específicas, tais como estabelecimento de estratégia ou supervisão da organização.	30, 31
GRI 4.2	Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança também seja um diretor executivo (e se for o caso, suas funções dentro da administração da organização e as razões para tal composição).	N/A**

** Não se aplica.

*	GRI 4.3	ETHOS 3.11	Para organizações com uma estrutura de administração unitária, declaração do número de membros independentes ou não-executivos do mais alto órgão de governança.	30, 31
	GRI 4.4		Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou dêem orientações ao mais alto órgão de governança.	30
	GRI 4.14		Relação de grupos de *stakeholders* engajados pela organização.	3
	GRI 4.15		Base para a indentificação e seleção de *stakeholders* com os quais se engajar.	3

* Correlação de indicadores GRI com ETHOS.

Indicadores de Desempenho

Indicadores de Desempenho Econômico

*	GRI EC1	ETHOS 24.9	Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governo.	34

Indicadores de Desempenho Ambiental

Energia

GRI EN3	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária.	35
GRI EN28	Multas significativas e números totais de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos ambientais	35

Indicadores de Desempenho Social Referentes a Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente

Emprego

GRI LA1	Total de trabalhadores por tipo de emprego, contrato de trabalho e região.	36, 37
GRI LA2	Numero total e taxa de rotatividade de empregados por faixa etária, gênero e região.	38, 39

* Correlação de indicadores GRI com ETHOS.

		Relações entre os trabalhadores e a Governança		
*	GRI LA4	ETHOS 7.2	Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva.	39
		Saúde e Segurança no Trabalho		
*	GRI LA7	ETHOS 16.15, 16.16, 16.17	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho por região.	39
		Treinamento e Educação		
	GRI LA10		Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional.	39
		Diversidade e Igualdade de Oportunidades		
	GRI LA13		Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade.	40, 41
	GRI LA14		Proporção de salário base entre homens e mulheres, por categoria funcional.	41
		Indicadores de Desempenho Social referente à Sociedade		
		Corrupção		
	GRI S03		Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização.	42

* Correlação de indicadores GRI com ETHOS.

Ficha Técnica:

Relatório de Sustentabilidade Banco Triângulo S/A
Este relatório inclui dados do Tribanco, enquanto dados da Tricard (empresa de cartões) e Tribanco Seguros (corretora) serão inclusos no relatório de 2011.

Coordenação:

Apoio à Gestão Tribanco
Cristine L Handel – Superintendente de Marketing
Marcel Muniz – Analista de Marketing

Apoio:

Recursos Humanos Tribanco
Aparecida T Morais – Diretora RH
Gustavo de Souza Faria – Assistente RH
Juliana Donato Hernandez – Analista RH

Projeto Gráfico: Fator Publicidade
Revisão: Fator Publicidade
Impressão: Gráfica 3 Pinti
Tiragem: 500 exemplares

Para dúvidas e sugestões entre em contato:
Marcel Muniz
e-mail: marceljm@tribanco.com.br
Telefone: (34) 3256-7213

Cristine L. Handel
e-mail: chandel@tribanco.com.br
Telefone: (34) 3256-7298

Banco Triangulo S/A
Avenida Cesário Alvim, 2209
Bairro Aparecida
Uberlândia-MG
CEP 38400 696

FSC

Este material é impresso em papel certificado pelo FSC - Forest Stewardship Council, organização internacional que promove a gestão responsável das florestas no mundo. O FSC garante que a madeira utilizada na fabricação do produto provém de florestas manejadas de forma ambientalmente correta, socialmente justa e economicamente sustentável.
O Sistema Integrado Martins contribui para a preservação do meio ambiente, usando produtos ecologicamente corretos, evitando o desperdício de recursos naturais porque acredita que isso é importante para a sociedade em que atua.
O formato deste material dispensa o uso de envelopes na sua distribuição.

FATOR



MARTINS
SISTEMA INTEGRADO MARTINS

TRIBANCO
O Banco que investe no varejo

Avenida Cesário Alvim, 2209 - Bairro Aparecida
CEP 38400 696 - Uberlândia - MG
www.tribanco.com.br

JUN/10