RELATÓRIO de Sustentabilidade Tribanco 2011



MARTINS
SISTEMA INTEGRADO MARTINS

TRIBANCO
O Banco que investe no varejo

IAMAR
Instituto Alair Martins

Sumário

Introdução 3
Mensagem do Presidente 4
Tribanco 5
SIM - Sistema Integrado Martins 13
MARTINS 14
TRICARD 15
TRIBANCO SEGUROS 16
REDE SMART 17
UNIVERSIDADE MARTINS DO VAREJO 17
EFÁCIL 17
IAMAR – Instituto Alair Martins 18
Núcleo de Sustentabilidade Tribanco 20
Governança Corporativa 29
Indicadores de Desempenho 34
Desempenho Econômico 34
Desempenho Ambiental 37
Desempenho Social 39
Práticas Laborais e Trabalho Digno 39
Direitos Humanos 45
Sociedade 45
Responsabilidade Pelo Produto 46
Sumário GRI 47
Considerações Finais 54
Ficha Técnica 55

Introdução

O Relatório de Sustentabilidade do Banco Triângulo S/A expressa a vocação e o comprometimento de atuação da empresa em 2011 no âmbito econômico, social e ambiental. Publicá-lo, no vigésimo ano de sua fundação, tem um sabor ainda mais especial. Um sabor de dever cumprido, de uma crença inabalável nas pessoas, nas organizações e no Brasil.

É a certeza de que estamos no caminho certo em relação ao modelo de negócio inclusivo e de que valeu a pena cada minuto dedicado, com muito empenho, no desenvolvimento daqueles que representam as artérias da economia brasileira: os varejistas.

O ano de 2011 foi um ano de desafios maiúsculos, mas que foram superados com o empenho de todos os que se relacionam com o Tribanco. Ainda nesse ano, criamos o Núcleo de Sustentabilidade, que não só reforça o nosso compromisso em prol de uma sociedade mais justa, mas que surge para gerar modelos de negócios cada vez mais sustentáveis e para conscientizar todos sobre o tema.

Todas as informações contidas nesse Relatório foram definidas pelo Núcleo de Sustentabilidade, em conjunto com as diversas áreas do Tribanco. Para pontuar as ações em sustentabilidade do Grupo em que estamos inseridos, também contamos com a colaboração das empresas do SIM – Sistema Integrado Martins.

O Relatório segue os padrões *Global Reporting Initiative* (GRI), modelo reconhecido internacionalmente, que visa a mensuração do desempenho socioambiental da empresa, em um formato de publicação que proporcione ao leitor o melhor entendimento das nossas ações. Os indicadores são monitorados durante todo o ano, em cada área de afinidade com o tema tratado, e utilizados para monitoramento da atuação do Tribanco como um todo. O processo de verificação do Relatório foi realizado internamente com o envolvimento de diversas áreas do Tribanco.

Nosso compromisso com a transparência se reflete nesse Relatório, assim como no Relatório de Sustentabilidade do Tribanco de 2010, que tornam públicas nossas ações de sustentabilidade, entre outros assuntos.

Continua forte no nosso DNA a forma sustentável de agirmos em todos os processos, inclusive na preocupação de contribuir com o crescimento e perenidade dos pequenos e médios varejistas desenvolvendo-os e capacitando-os por meio de ações desenvolvidas em conjunto com as empresas do SIM e ainda com as melhores soluções financeiras que o banco pode oferecer.

Após mais um ano, temos o prazer de informar nossos atos por meio desse Relatório, disponibilizado em formato eletrônico. Também não muda em nada a nossa cultura de aperfeiçoar e ouvir nossos parceiros e colaboradores. Para isso, nosso canal aberto para sugestões continua disponível, a fim de melhorar nossos processos e, até mesmo, os pontos abordados nesse Relatório de Sustentabilidade.

Sinta-se à vontade para opinar, enviando sua mensagem para o e-mail sustentabilidade@tribanco.com.br. Para nós, do Tribanco, é uma honra tê-lo como contribuidor das nossas ações que são publicadas anualmente.

Boa leitura!

Disponibilizar algo melhor sempre

Palavra do Presidente



Acreditamos que empreender é identificar oportunidades de melhoria na oferta de nossos produtos e serviços para criar algo sempre melhor. O sucesso de ontem não garante o de amanhã. Por isso, é necessário ter foco e ser diligente diante da velocidade das mudanças no mundo. Somos obstinados pela excelência na prestação de serviços, tanto para melhorarmos nossa eficiência operacional quanto para oferecermos aos nossos clientes e parceiros serviços de qualidade.

Já sabemos para onde devemos ir e somos persistentes. Como disse Fernando Pessoa: "o valor das coisas não está relacionado ao tempo e, sim, à intensidade com que elas acontecem", e isso faz a diferença. Nosso desafio é ganhar de nós mesmos!

Tudo isso está aliado à prática de valores que são nossos pilares - integridade, fazer com amor, lealdade, justiça, humildade, disciplina e inovação - praticados nos quatro cantos do Brasil.

Norteados pela vocação do desenvolvimento sustentável, que passa pelo sucesso do pequeno e médio varejista brasileiro, entendemos que atuarmos para capacitar essas empresas a cooperar e competir é a melhor solução para garantir esse sucesso. Fruto dessa vocação é a parceria com o IFC, braço financeiro do Banco Mundial, que contribui, ainda mais, para que o Tribanco viabilize projetos sustentáveis.

Para qualquer outro banco, o custo de chegar a tantos lugares seria proibitivo. O que torna a capilaridade viável é o SIM, que procura integrar os negócios em torno da cadeia de clientes do Atacado, atuate em 100% dos municípios brasileiros, beneficiando também os clientes Tribanco e a operação desta vasta carteira.

E vamos além! Temos a preocupação constante no refinamento de nosso olhar para o mercado de forma a agregar valor para nossos clientes. E um dos importantes serviços para atrair e fidelizar, além dos inúmeros serviços prestados pelo banco, é poder ofertar recursos para investimentos.

Somos seres integrais e acreditamos que estabelecer relações sustentáveis, seja comercialmente, na forma de agir junto à sociedade ou no meio ambiente, só existem na plenitude, se todos dessa enorme cadeia se beneficiarem. Todos têm que ganhar. O equilíbrio torna as relações longevas e é isso que queremos.

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, por meio da oferta e utilização consciente do crédito.

Com essa publicação, reiteramos o nosso compromisso de atuação responsável e transparente. Agradecemos a todos que contribuíram para a gestão dos processos e as melhorias de desempenho nos indicadores de sustentabilidade.

Juntos, cada um vale mais!

João Ayres Rabello Filho
Presidente do Tribanco

TRIBANCO

22 anos apostando e investindo no pequeno e médio varejista brasileiro.

Criatividade e Conhecimento são as palavras de ordem do Tribanco para ofertar aos milhares de clientes, soluções financeiras de forma sustentável. Prover os clientes de crédito, qualquer um pode fazer, mas dotá-los de conhecimento, capacitando-os para cooperar e competir, só por meio de um banco que realmente entende de varejo. Assim é o Tribanco.

Há 22 anos no mercado, disponibilizamos linhas de crédito para financiar o crescimento de varejistas e indústrias com condições diferenciadas. Além disso, desenvolvemos produtos financeiros com o objetivo de atuar de forma positiva na rentabilidade dos negócios de seus clientes.

Oferecer crédito consciente e responsável é a premissa que nos move a cumprir nossa missão, contribuindo de forma efetiva com toda a cadeia de consumo.
O Tribanco atua ainda de forma sinérgica com as empresas do Grupo Martins, somando inovação e excelência na prestação de serviços aos milhares de varejistas de todo território brasileiro.

Visamos tornar o varejo mais ágil e competitivo, oferecendo e adequando soluções às necessidades do negócio de seus clientes. Para isso, possuímos um conjunto de facilidades em créditos e financiamentos contratados com agilidade, sem burocracia, com prazos alongados e taxas competitivas para dar maior conforto, segurança e comodidade para os varejistas.

Missão

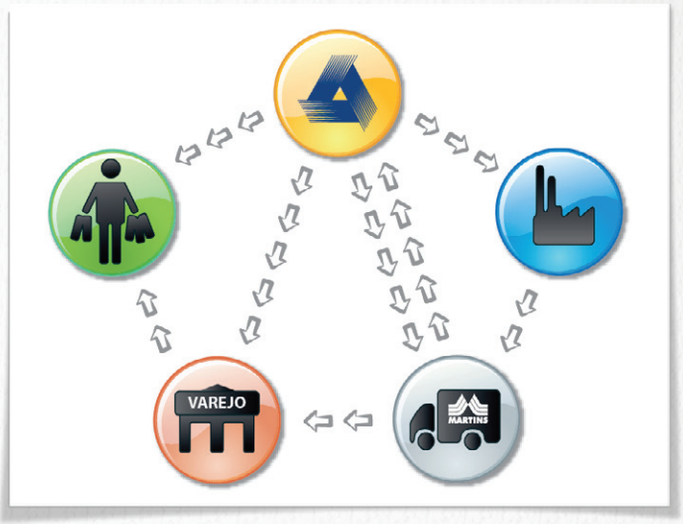
Fornecer soluções financeiras criativas e conhecimento para empresas e consumidores que interagem no Sistema Integrado Martins, capacitando-os para cooperar e competir, atuando segundo os princípios de sustentabilidade, gerando resultados consistentes para acionistas e todas as partes interessadas.

Visão

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

Valores

Integridade, Amor pelo que faz, Lealdade, Justiça, Inovação, Humildade e Disciplina.





Mais soluções integradas

Outros pilares do Tribanco, e que também fazem parte do Sistema Integrado Martins (SIM), são as empresas Tricard e Tribanco Seguros, que levam soluções integradas para o sucesso do negócio dos clientes.

Tricard

A Tricard é uma empresa com foco no desenvolvimento de cartões e serviços com vantagens exclusivas para os varejistas e consumidores em geral. Por conhecer as necessidades dos clientes, a Tricard identificou que um dos maiores desafios dos varejistas é a atração e fidelização dos consumidores. Por isso, criou os cartões Tricard. Hoje já são mais de 4 milhões de cartões emitidos e cerca de 9 mil estabelecimentos filiados em todo o país.

Tribanco Corretora de Seguros

A Tribanco Seguros oferece as melhores soluções em proteção para todos os participantes da cadeia produtiva do Sistema Integrado Martins: varejistas, colaboradores, indústrias, consumidores finais e comunidade em geral.

Em qualquer canto do país e com toda a credibilidade e experiência do Grupo Martins, a Corretora de Seguros do SIM tem a solução ideal para atender as necessidades de cada público, sempre em parceria com as principais seguradoras do país.

Além de ter em seu portfólio todas as modalidades de seguro, a Tribanco Seguros possui ainda o serviço de Atendimento a sinistros 24h para veículos. Por meio desse canal, o cliente é atendido por uma equipe altamente capacitada para fornecer informações, abrir o processo de sinistro ocorrido com o veículo, como roubo, colisão, incêndio, panes elétricas e mecânicas, troca de pneu, entre outros imprevistos e acompanhar o processo até a conclusão.

PARA CONHECER UM POUCO MAIS DAS TRÊS EMPRESAS, ACESSE:

www.tribanco.com.br
www.tricard.com.br
www.tribancoseguros.com.br

Portfolio

O Tribanco possui um portfolio de produtos e serviços desenvolvidos a partir das necessidades dos clientes do SIM.
Os produtos são desenvolvidos para agregar valor dentro da cadeia de consumo na qual atuamos.

TRIBANCO
O Banco que investe no varejo

- **Financiamentos**
- **Empréstimos Tribanco**
- **Linhas de Repasses**
- **Governamentais BNDES**
- **Recebíveis**
- **Recolha**
- **Chequinho**
- **Tribanco OnLine – *Internet Banking***
- **DDA - Soluções de Conveniência**
- **STP - Sistema Tribanco de Pagamentos**
- **Tudo Fácil**
- **CDB**
- **Adquirência**

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*

Relacionamento Sustentável com o Cliente

Procuramos oferecer soluções para o dia a dia de nossos clientes, que sejam socioambientalmente responsáveis, que gerem facilidade, acesso e inclusão, e atuem na responsabilidade socioambiental da nossa empresa.



Conselho de Clientes

De olhos abertos e ouvidos bem atentos. Assim vem atuando, desde 2007, o Conselho de Clientes que busca, todos os dias, melhorar os nossos processos, produtos e serviços para atender as necessidades e peculiaridades de todos os clientes.

E para entender cada cliente espalhado pelo Brasil, realizamos encontros com a presença de quem mais entende do próprio negócio: os varejistas. Os Conselhos de Clientes Regionais foram criados, inicialmente, para identificar como os clientes enxergam o Tribanco. Mas evoluímos e nos adaptamos para um modelo em que são trabalhados quatros aspectos:



1.Indicadores de Atratividade SIM (Foco Tribanco)



2. Pesquisas Qualitativas



3. Programa de Relacionamento



4. Desenvolvimento de Produtos e Serviços

Estes encontros funcionaram como um termômetro da atuação do SIM no mercado com foco no Tribanco, e geraram informações internas para guiar nossas decisões e atuar de maneira assertiva junto aos nossos clientes. Em 2011, 306 clientes se tornaram Conselheiros.



Política Socioambiental de Crédito

Toda e qualquer ação do Tribanco é pensada e repensada para gerar o menor impacto negativo possível. Diante desse compromisso, todos os colaboradores têm como objetivo desenvolver e comercializar produtos e serviços, bem como oferecer crédito aos clientes que respeitem o princípio da consciência socioambiental, de modo a comprovar o compromisso de responsabilidade socioambiental do Tribanco.

Para essa atuação, incentivamos parcerias, apoios e cooperação com entidades governamentais, ONGs e entidades de mercado, visando desenvolver e promover ações de responsabilidade socioambiental em diversos segmentos da sociedade civil. Além disso, no que se refere à contratação de fornecedores e de prestadores de serviços Tribanco, sempre que possível, opta por aqueles que também estejam engajados e praticam a responsabilidade socioambiental.

Em 2011, foi aprovada a Política Socioambiental de Crédito, elaborada com observância à Política Nacional de Meio Ambiente, que tem o objetivo de integrar a proteção e o respeito ao meio socioambiental na estratégia e gestão do Conglomerado Financeiro Tribanco.

Na adoção deste compromisso, que implica na integração de critérios ambientais nas atividades do Conglomerado Financeiro, bem como a adoção de medidas relacionadas à proteção e conservação do nosso meio, também se aplica o Princípio da Precaução, entendido como aquele que é utilizado quando não se conhece, ao certo, quais as consequências do ato determinado.

Todo esse trabalho é feito em total transparência. Cada cliente, responde a uma pesquisa relacionada às questões socioambientais com o objetivo de saber se eles investem em relação à temática e se já foram autuados ou processados em casos ambientais ou em relação a condições de trabalho irregulares. Este procedimento será realizado anualmente, para acompanhamento dos riscos socioambientais na concessão de crédito.

Os nossos agentes de crédito foram orientados sobre a aplicação e importância na política, e análise responsável de crédito a clientes do segmento de indústria, solicitando, se necessário, as medidas preventivas de impactos ambientais, classificando, nesses casos, os riscos nos financiamentos de projetos de negócios.

Para os tomadores de recursos cujos projetos apresentem potenciais riscos socioambientais, estipulamos a obrigatoriedade de manter um plano de ação para mitigar os riscos, controlados por um relatório de acompanhamento das fases do projeto, enquanto perdurar o respectivo financiamento.

Nos clientes do segmento indústria em que aplicamos a política em 2011, identificamos riscos socioambientais em apenas 3% dos consultados. Consideramos todos os casos como riscos de baixa complexidade, pois as empresas apresentaram documentos em que provaram já estar tomando as medidas necessárias para a sua regularização.



Central de Relacionamento

Em 2011 foi criada a Central de Relacionamento, unidade de negócio do Tribanco focada no atendimento a pequenos clientes (com faturamento mensal de até R$ 200.000 e margem de R$ 20.000).

O objetivo do canal de comunicação é desenvolver um formato inovador via atendimento telefônico, buscando ofertar parte de nosso portfólio de produtos com agilidade e eficácia conforme necessidades e expectativas dos clientes, buscando diminuir a burocracia e aumentar a qualidade dos processos operacionais.

A base de clientes atendida corresponde a 80% do total de clientes aproximadamente. A abordagem personalizada visa atender as necessidades imediatas dos nossos clientes e se relaciona com outros canais de atendimento. Assim democratiza o acesso, reduz emissões de CO^2 das visitas, apoia o trabalho do Gerente Comercial e favorece o crescimento sustentável do cliente.



Tribanco OnLine

É o *Internet Banking* do Tribanco. Por meio desse instrumento, o cliente pode realizar diversas transações que faria em uma agência bancária, mas sem sair de casa, via internet.

Para os clientes são inúmeras as vantagens de usar o Tribanco OnLine, como agilidade e independência nas transações, segurança, horário estendido para pagamento, tarifa DOC/TED reduzida e bonificação por título pago. O Tribanco OnLine garante acessibilidade e comodidade ao cliente para realizar as transações do dia a dia.



DDA - Débito Direto

Serviço que facilita ainda mais a rotina da empresa e dos clientes da mesma, possibilitando consultar e pagar eletronicamente todos os títulos de cobrança emitidos, seja do Tribanco ou de qualquer outra instituição financeira.

Aderindo ao serviço, todos os boletos bancários deixam de ser enviados de forma impressa e passam a ser gerados de forma eletrônica. Assim, o cliente Tribanco realiza o pagamento dos seus compromissos, por meio do nosso *Internet Banking* com segurança e agilidade.



Monitoramento e Acompanhamento dos Planos de Ação

Atualmente, todos os Gerentes Comerciais recém-contratados do Tribanco são monitorados por um período de dois meses em seus Planos de Ação. Neste trabalho de planejamento, o Gerente Comercial faz a leitura dos seus indicadores atuais, mapeando as principais dificuldades para atingir suas metas, detalhando o que fazer para cumpri-las e identificando as principais oportunidades de atuação junto aos clientes ativos e *prospects*, por meio da construção de uma agenda de visitas.

Este Plano de Ação é avaliado e aprovado junto ao Gerente Regional e formalizado em sistema. A partir daí, a equipe de Apoio à Gestão e Negócios realiza monitoramento semanal com *feedbacks* sobre a execução do plano para o Gerente Comercial e respectivo Gerente Regional.

Um dos principais objetivos do Plano de Ação para a área comercial é auxiliar o Gerente Comercial na otimização das visitas por rotas, reduzindo custos com combustível. Isto evita que em uma mesma semana o Gerente Comercial se desloque para várias localidades sem o devido planejamento. Trabalhando de maneira organizada, com foco, o Gerente Comercial atua alinhado às diretrizes do banco, tem mais facilidade em realizar a leitura dos seus indicadores, identifica melhor as oportunidades de atuação junto ao cliente, sabe a melhor forma de abordar o cliente durante a visita, incrementa resultado, além de organizar melhor o seu tempo e as suas rotas, contribuindo para reduzir a sua poluição no meio ambiente.

O Plano de Ação é utilizado por todos os Gerentes Comerciais do Tribanco e a equipe de Apoio a Gestão realiza o acompanhamento dos novatos, na intenção de inseri-los de maneira correta na metodologia para garantir um bom desempenho e incrementar receita.



Ouvidoria

A Ouvidoria é um componente organizacional do Tribanco voltado para ser um interlocutor entre os clientes e a instituição, tratando reclamações, denúncias, críticas, sugestões e elogios.

De forma isenta e independente, com caráter mediador e estratégico, a Ouvidoria analisa e atua na busca por soluções, identifica tendências e recomenda ao Tribanco promoção de melhorias contínuas dos processos de trabalho e a busca por soluções efetivas.

Em 2011, a Ouvidoria não registrou nenhuma ocorrência comprovada referente à violação de privacidade e perda de dados de clientes. A pós-ouvidoria aborda os clientes que utilizaram o canal de ouvidoria para pesquisar sobre: solução apresentada, atendimento do especialista, agilidade da resposta, entendimento da solução e atividades desempenhadas pela Ouvidoria.

Para falar com a Ouvidoria,
ligue para 0800 727 4017
ou envie um e-mail para
ouvidoria@tribanco.com.br

Nossa vocação em desenvolver e promover o bem dos colaboradores



Acreditamos que capacitar os nossos colaboradores é fundamental para a evolução contínua e o crescimento de cada um. Por isso, investimos em treinamento e desenvolvimento profissional e pessoal, com o objetivo de incentivá-los a trabalhar em equipe, motivados e dispostos a melhorar seu desempenho em suas funções.

Continuamos firmes no propósito de desenvolver nossos colaboradores, não só na atividade profissional, mas com atos e ações que contribuam para o bem estar social e familiar de cada um. Temos obtido êxito na satisfação dos colaboradores que interagem e se mostram engajados em causas que envolvam os valores praticados pelo SIM.

Em relação à temática da sustentabilidade, foram realizadas palestras e oficinas com assuntos variados como coleta seletiva e reciclagem, com o apoio da OPA – Organização para a Proteção Ambiental e Instituto Reciclar. Ao longo do ano também foram trabalhados temas como "A Economia Brasileira em 2011 – Oportunidades e Riscos", com Rubens Sardenberg, em fevereiro; "Cenário Econômico Nacional e Internacional", com Cássio Casseb, em abril e "A Função Social da Arte e a Experiência de um Palhaço", com Ângelo Brandini - Doutores da Alegria, em junho.

Para mobilizar os nossos colaboradores sobre a ação e estratégia do Tribanco em Sustentabilidade, realizamos uma palestra intitulada "Sustentabilidade é muito mais do que você imagina", com Cristine Handel, em novembro.

Promovemos, também, a integração entre o Tribanco e os familiares dos nossos colaboradores a partir de oficinas promovidas pelo IPÊ – Instituto de Pesquisas Ecológicas, na programação do Dia das Crianças, realizada em Uberlândia, por meio da qual os pais trouxeram seus filhos ao local de trabalho e, juntos, realizaram uma série de atividades de educação ambiental.

Ainda em 2011, oferecemos diversos eventos que contaram com a participação de colaboradores. Foi motivo de muito orgulho a realização do evento "História de Sucesso", em que a história do Sistema Integrado Martins foi contada pelo fundador, Sr. Alair Martins, em cinco edições, nas quais 43 participantes puderam conhecer mais sobre a sua trajetória pessoal e profissional desta pessoa que é um exemplo para todos nós.





Os colaboradores também tiveram a oportunidade de trocar experiências com os conselheiros do Tribanco no programa "Café com Conselheiros". Neste evento, grupos de três colaboradores, escolhidos aleatoriamente, são convidados a tomar café da manhã com um dos membros do Conselho de Administração do Tribanco. Foram realizados 4 eventos, sendo 2 em Uberlândia e 2 em São Paulo, com a participação de 50 colaboradores.
No "Almoço com o Presidente", os colaboradores têm oportunidade de conversar e conhecer melhor o presidente do Tribanco, João Rabello. Ao longo de 2011, foram realizados cinco encontros, ao todo com 30 participantes. Da mesma forma, no "Momento com o Presidente", os colaboradores reúnem-se para participar da apresentação dos resultados semestrais, em transmissão ao vivo para todo o Brasil.

Além de promover palestras e eventos, estivemos presente em alguns importantes encontros que trataram de assuntos relacionados ao tema Sustentabilidade: ***Catalyzing Private Sector Leadership in Financial Inclusion***, abril - Washington DC (EUA)

1º Fórum BID para o Desenvolvimento da Base da Pirâmide na América Latina e Caribe, junho - São Paulo (SP)

Sustentar - 4º Fórum Internacional Pelo Desenvolvimento Sustentável, agosto - Belo Horizonte (MG)

IFC's 2nd Annual Inclusive Business Leaders Forum, setembro - Washington DC (EUA)

SIM - Sistema Integrado Martins

Empresas do SIM engajadas no mundo sustentável

O SIM age de forma sustentável e acredita que precisa ser, para as pessoas e empresas com as quais se relaciona, o que prega. Dessa forma, por meio do reconhecimento mútuo, criamos uma rede interligada em que todos se favorecem do mesmo pensamento, ações e valores comuns.

Nesse contexto, além das ações do Tribanco, destacamos nesse Relatório um pouco do que cada empresa fez em 2011 nas questões sociais, ambientais e de sustentabilidade de modo geral.

Martins



A preocupação com a sociedade está sempre presente nas ações do Martins, atuante em 100% dos municípios brasileiros. Cada passo dado resulta em atitudes que impactam positivamente na vida de cada um. Pensando dessa forma, diversos projetos sustentáveis são realizados pelo Martins como, por exemplo, as doações de mercadorias e bens patrimoniais às instituições sem fins lucrativos que desenvolvem trabalhos sociais em Uberlândia (MG). Esse trabalho é coordenado pelo Instituto Alair Martins e em 2011 foram doados 43.447 produtos a 27 entidades da cidade, que atenderam 20.550 pessoas no ano.

www.martins.com.br

Também em 2011, como forma de ajudar as vítimas das enchentes no Rio de Janeiro, os colaboradores do SIM se mobilizaram para enviar três toneladas de donativos à Cruz Vermelha de Nova Iguaçu, que atenderam as famílias da região serrana fluminense. O e-Fácil também entrou na campanha para arrecadação de produtos, disponibilizando uma opção especial de compra, direcionando os produtos para entrega à Cruz Vermelha. Em dois dias o site vendeu 180 itens, gerando cerca de R$ 900,00 em doações.

Com o objetivo de levar informações sobre sustentabilidade aos clientes, o Tribanco contribui para a elaboração de dicas que foram inseridas nos produtos de Marcas Próprias do Martins, como refresco em pó, panetone, entre outros. No layout de cada item constam dicas e a "árvore da sustentabilidade".

Outra ação do Martins, que há anos vem sendo executada, é a reutilização de caixas de papelão ondulado utilizadas nas embalagens dos produtos entregues pela empresa. Esse projeto, desenvolvido pelo *Supply Chain* (Logística), tem contribuído para a redução de resíduos nos aterros sanitários e consumo de água, economia de energia elétrica na produção, entre outros benefícios. Além disso, a empresa está comprando menos caixas de papelão, proporcionando benefícios para o meio ambiente.

Na hora de lavar os veículos da empresa, toda a água utilizada passa por um tratamento e reaproveitamento devido à associação de processos físico-químico e biológicos, fundamentais para a remoção de material orgânico e inorgânico. Com

esse projeto, a empresa tem tido uma economia de água estimada em mais de três milhões de litros por ano, capacidade para lavar, em média, cerca de 40 caminhões por dia e reaproveitamento de 80% da água coletada na lavagem de veículos.

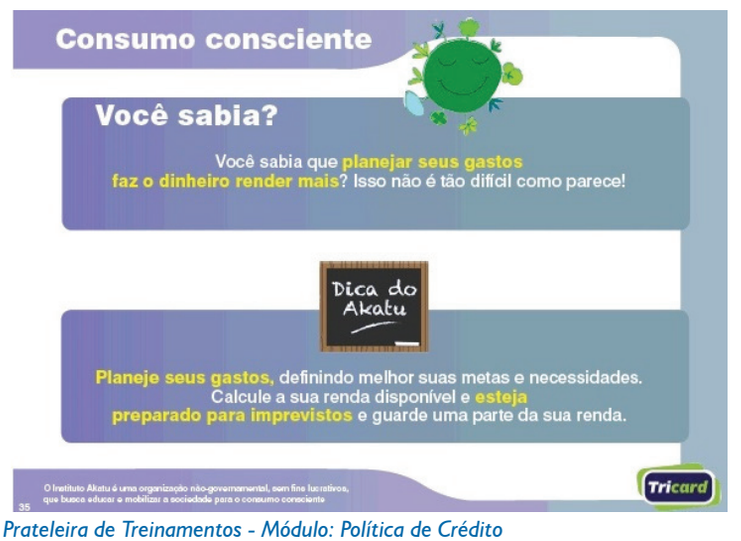
Tricard

Parceira número um do varejista e do consumidor no que diz respeito a meio de pagamento eletrônico, a Tricard também atua de forma sustentável em seus processos e ações. Exemplo disso, são as divulgações publicadas todo mês nas faturas do cartão com dicas socioambientais, orientando o uso consciente do crédito.

Além disso, oferece a todos os clientes, por meio do site Tricard e da plataforma de Ensino à Distância (EAD), diversos cursos relacionados ao tema sustentabilidade, capacitando clientes e colaboradores sobre o consumo consciente do crédito.

Para complementar, a Tricard é parceria do IPÊ – Instituto de Pesquisas Ecológicas. A cada fatura paga pelo portador do cartão, parte do valor da anuidade é doado aos projetos desenvolvidos pelo IPÊ.

www.tricard.com.br



Prateleira de Treinamentos - Módulo: Política de Crédito



Ensino à Distância - Tricard Módulo IV: Prevenção a Fraudes

TRIBANCO Seguros

Tribanco Seguros



Um dos compromissos da Tribanco Seguros é apoiar os projetos do Instituto Alair Martins (IAMAR). Para isso, parte do valor de cada apólice comercializada na corretora do SIM é doada aos projetos educacionais do IAMAR.

www.tribancoseguros.com.br

Para selar esse segundo ano de parceria, a Tribanco Seguros fez uma nova doação ao IAMAR, em solenidade realizada na tarde do dia 06 de fevereiro de 2012, com a presença da presidente voluntária do Instituto Alair Martins, Lindamar Peixoto de Souza e do diretor da Tribanco Seguros, Marco Antônio Lameirinha.

"Desde a criação da Tribanco Corretora de Seguros adotamos essa cultura de doar parte da nossa receita ao Instituto. Nossa expectativa é continuar contribuindo com os projetos do IAMAR, que aplica o recurso de forma correta nas áreas educacionais, promovendo um mundo melhor para as atuais e futuras gerações", disse Lameirinha.

Para a presidente voluntária do Instituto, essa contribuição é motivo de muito orgulho e reforça a seriedade das empresas do SIM em atuar de forma sustentável.

"Estamos crescendo juntos a cada ano e nosso desejo é que a Tribanco Seguros continue prospectando novos seguros e, com isso, mais jovens passarão a ser atendidos, por meio da atuação do IAMAR", finaliza Lindamar.

Smart

As ações sustentáveis sempre estiveram presentes na Smart, hoje a maior rede de supermercados do Brasil. O "Movimento Pelo Planeta" é um dos exemplos claros e concretos dessa visão da empresa, a fim de promover melhorias e bem estar a todos.

www.redesmart.com.br

Entre as ações sustentáveis realizadas pela Rede Smart, o "Movimento pelo Planeta" contou com a interatividade em campanhas na internet e o resultado foi o plantio de 10 mil árvores em Nazaré Paulista, em parceria com o IPÊ, para os trabalhos de restauração da Mata Atlântica.
A Rede Smart também destina parte das vendas dos produtos Marca Própria Smart à AACD - Associação de Assistência à Criança Deficiente, contribuindo com os atendimentos da instituição às crianças portadoras de necessidades especiais.

Sobre o fim do uso das sacolas plásticas nos supermercados e comércios varejistas, a Rede Smart "abraçou a causa" e propôs aos filiados a substituição dessas sacolas por modelos retornáveis que geram economia, maior durabilidade e sustentabilidade.

UMV - Universidade Martins do Varejo

Levar conhecimento aos varejistas é um dos objetivos da Universidade Martins do Varejo (UMV). Nessa linha, a UMV segue pesquisando e desenvolvendo conteúdos para ajudar o cliente a incluir modelos e práticas socioambientalmente sustentáveis no seu negócio. Desta forma, publica regular mente no seu *website* (www.umv.com.br) e na Revista Martins no Varejo, reportagens e dicas com esta temática, além de cursos disponibilizados na plataforma de treinamentos Form@r.

www.umv.com.br

Como forma de melhorar a competitividade e o aumento das vendas dos clientes, a UMV oferece, ainda, oportunidades de modernização e transformação da loja, além de projetos no *layout*, iluminação, fachada e ambientação, com a preocupação de melhorar a ecoeficiência e atender as necessidades do varejista.

eFácil

O e-commerce do SIM é baseado no site B2C eFácil.com.br, do qual derivam soluções web para o pequeno varejo. Consolidado como um dos principais sites de compras do país, o eFácil provê plataforma de *fulfillment* (desempenho) para o serviço eQuiosque, que permite aos clientes do SIM terem seu próprio e-commerce. Assim, o varejista concorre, no mercado no qual está inserido, com ferramentas compatíveis com as melhores práticas mundiais, contribuindo para a sustentabilidade desse parceiro, importante elo na cadeia de consumo.

www.efacil.com.br

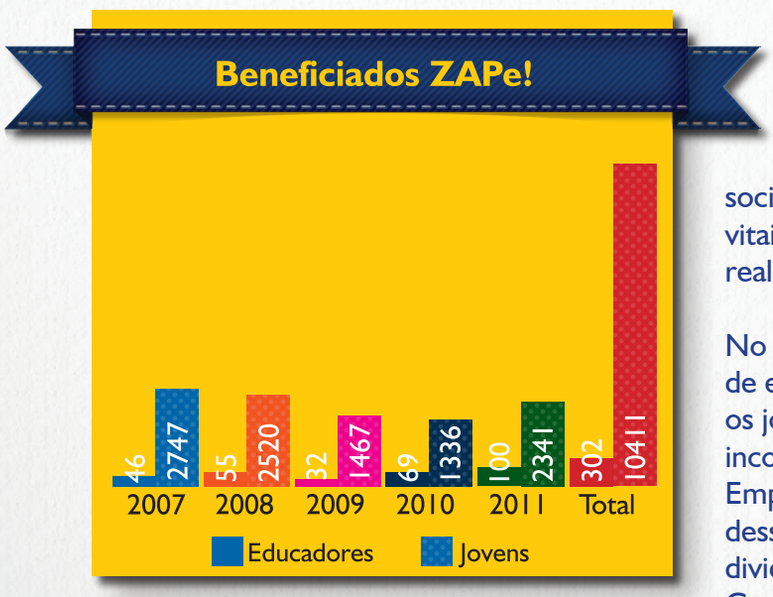
IAMAR - Instituto Alair Martins

www.iamar.org.br

O Instituto Alair Martins (IAMAR) é um instituto de natureza socioambiental, cultural e educacional, de Utilidade Pública Federal, sem fins econômicos e lucrativos. Foi criado em 2005, para atuar no campo da educação para o empreendedorismo, projetando no ambiente externo as crenças, princípios e valores que constituem o eixo estruturador do SIM.

Para o IAMAR, fomentar o Empreendedorismo é a premissa básica de que a sociedade necessita para enfrentar os desafios do mundo moderno, que se torna mais complexo, competitivo e exigente a cada dia. Precisamos desenvolver pessoas dotadas de visão positiva de futuro, perseverantes e preparadas para o processo de sonhar, planejar e construir seu próprio caminho. É imprescindível desenvolver novas competências e habilidades nos jovens e, consequentemente, uma nova postura de ser e agir.

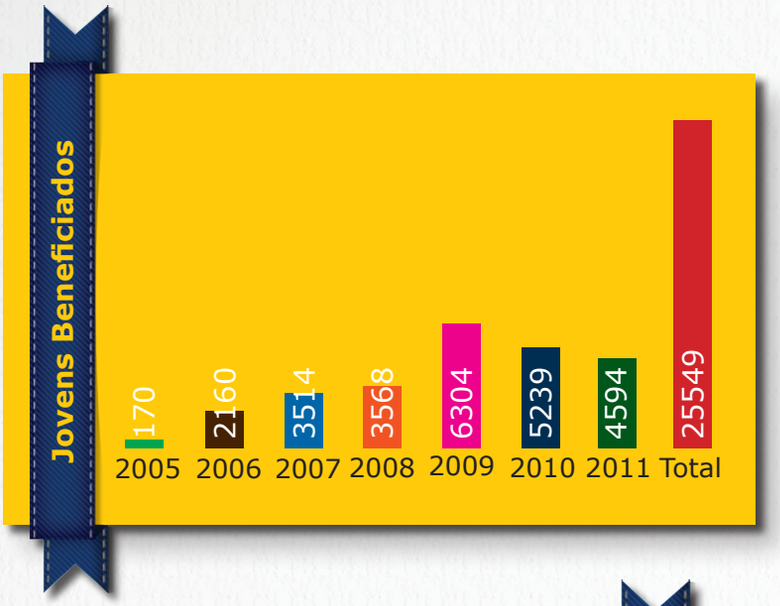
Ao lado da educação básica e profissional e em interação sinérgica com elas, emerge a Educação para o Empreendedorismo, como uma via de preparação das novas gerações para o ingresso no mundo do trabalho. Um plano de carreira profissional só tem sentido se for parte da realização de um plano maior – que é a realização do projeto de vida da pessoa. Sendo assim, o conceito de Educação para o Empreendedorismo se amplia, e se torna uma atitude básica diante da vida.



Entre os projetos do IAMAR:

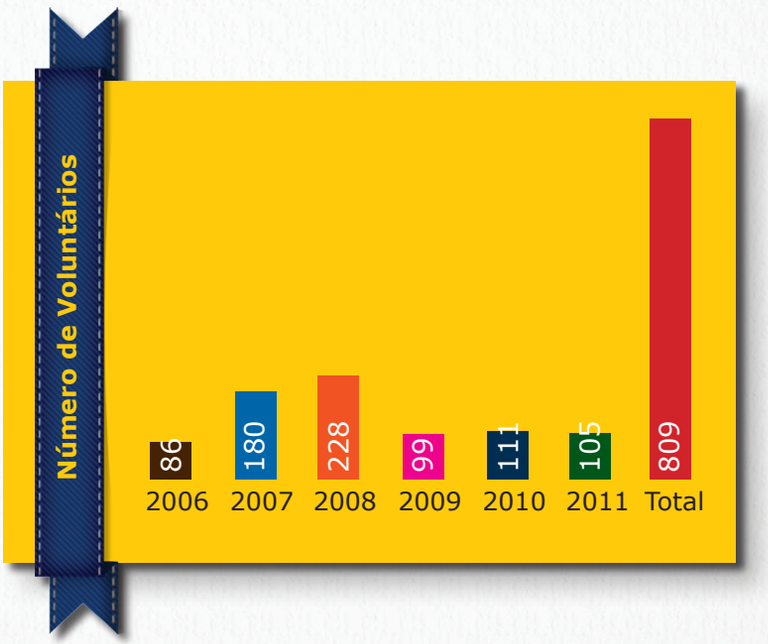
1. ZAPe! – Virtudes Empreendedoras: tem como objetivo contribuir para que os jovens desenvolvam uma visão cada vez mais empreendedora da vida, nos âmbitos pessoal, social e produtivo, adquirindo os instrumentos vitais (virtudes e competências) para torná-la realidade.

No ZAPe! são trabalhados Relatos de Vida de empreendedores que objetivam inspirar os jovens a conhecer, vivenciar, discernir e incorporar o sentido mais profundo das Virtudes Empreendedoras e das competências que a prática dessas virtudes pressupõe e requer. O ZAPe! é dividido em 3 módulos, aplicados ao longo do ano: Conversando sobre o Programa ZAPe! – Virtudes Empreendedoras; Trabalho de Campo; e Educação para o Mercado. Neste módulo, o jovem será estimulado a entender as características gerais do sistema econômico e sua influência nos negócios e na carreira.



2. Vantagens de Permanecer na Escola: desenvolvido pela *Junior Achievement*, estreita a relação entre a educação e a qualificação, como meio de aquisição de ferramentas que desenvolvam as qualidades e os talentos pessoais, integrando o conceito de empregabilidade ao conceito de educação.

3. VemSer: é programa de voluntariado corporativo. Fortalece a participação dos colaboradores das empresas do grupo Martins como voluntários no projeto Vantagens de Permanecer na Escola, para melhoria da educação de jovens, ou em atividades específicas do IAMAR.



PARCERIAS

Além dos projetos próprios, o IAMAR apoia projetos de educação, meio ambiente, cultura (incentivados) e esporte (incentivados), seguindo as diretrizes de gestão e governança do GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas. Alguns de nossos parceiros:

- Instituto Ayrton Senna
- OPA! – Organização para Proteção Ambiental
- AACD
- Instituto Virtus

CANAIS DE COMUNICAÇÃO

www.iamar.org.br
www.iamar.org.br/site/blog
twittwer.com/institutoiamar
facebook.com/institutoiamar
orkut.com.br/institutoiamar

Núcleo de Sustentabilidade Tribanco



Criado em 2011, o Núcleo de Sustentabilidade tem como objetivo reforçar a missão doTribanco em se desenvolver de forma sustentável, ao mesmo tempo em que apoia os clientes e outras partes interessadas em atuar da mesma forma.

Os trabalhos do Núcleo estão divididos em duas frentes: Negócio Sustentável, com foco em estratégias para o cliente; e Responsabilidade Socioambiental, voltada para as relações com a comunidade e capacitação de colaboradores.



Negócio Sustentável

Capitão Varejo

O Tribanco lançou em 2011 uma série de cartilhas, no formato de histórias em quadrinhos, sobre temas relevantes para o cotidiano do varejista. O objetivo é fornecer informações importantes aos clientes do SIM, em temas ligados ao seu dia a dia, buscando a sustentabilidade do negócio, da comunidade na qual está inserido e do Meio Ambiente, como um todo.

Assuntos como: combate a incêndio; ergonomia; sustentabilidade e uso consciente das sacolas plásticas já foram abordados, de forma simples e direta, pelo herói do SIM, o Capitão Varejo.

Os gibis do Capitão Varejo são disponibilizados em formato impresso e também na versão online, por meio do site do Tribanco, em arquivo com extensão 'pdf'. E as aventuras já mostram o sucesso do nosso herói.

"Como a linguagem é simples e há muitas ilustrações, minha filha começou a ler o exemplar sobre ergonomia e contou para todo mundo o que aprendeu sobre postura. Normalmente não temos muito tempo para ler, mas o gibi possibilita uma leitura rápida e dá para aprender bastante. Estou ansioso para ler as próximas edições", disse José Carlos dos Santos – JC Mercados, de Juquitiba - SP.

Eficiência Energética

A IFC, *International Finance Corporation,* apoia os esforços do Tribanco para ampliar o acesso a serviços financeiros de pequenas empresas brasileiras interessadas em reduzir o consumo de energia. Em 2011, foi planejada a estratégia de atuação e identificação de oportunidades de financiamento nesta área. Esse esforço beneficiará pequenos varejistas de todo Brasil, provendo acesso a linhas de crédito para implementação de projetos de eficiência energética.

Dicas de Sustentabilidade

Faz parte do nosso escopo de atividades colaborar para a informação sobre temas em Sustentabilidade, e por isso, enviamos periodicamente aos nossos clientes dicas de sustentabilidade, a partir de Revista Martins no Varejo e, mensalmente, nos extratos bancários enviados a clientes Pessoa Física do Tribanco.

Ensino Sustentável

Oferecemos, em parceria com o Instituto Akatu, nove modalidades de cursos online, por meio do Form@r, plataforma de ensino à distância do SIM. Os cursos abordam temas como consumo consciente, sustentabilidade, consumo consciente do dinheiro e do crédito, orçamento consciente, entre outros.



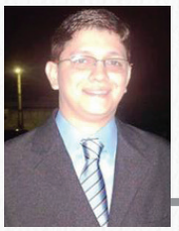
Em 2009, ano de lançamento dos cursos, quase 6.600 colaboradores do SIM foram treinados. No ano seguinte, foram cerca de 3.600 e, em 2011, 904 colaboradores, sendo esses números referentes apenas aos colaboradores recém-contratados.

Responsabilidade Socioambiental

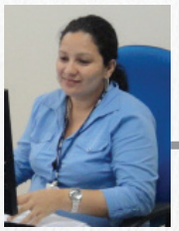
Rede de Sustentabilidade



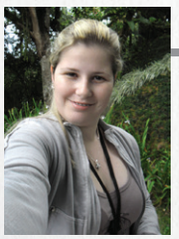
Além do Núcleo de Sustentabilidade, o Tribanco criou a Rede de Sustentabilidade, um trabalho de relacionamento com as agências e escritórios do banco em todo o Brasil, com contatos quinzenais para tratar assuntos relacionados à sustentabilidade. Os membros da rede são voluntários e apoiam as iniciativas do Núcleo de Sustentabilidade com os colaboradores de suas respectivas agências. As comunicações abordam assuntos relacionados à sustentabilidade com objetivo de integrar e engajar os colaboradores, além de prepará-los como multiplicadores. Confira os depoimentos de quem faz parte desse trabalho:



"Quero agradecer muito por ter participado da Rede de Sustentabilidade de 2011, pois me impulsionou a ter mudanças significativas nos meus hábitos e na minha vida pessoal, também serviu como um processo de conscientização."
Antonio Adriano Andrade da Silveira - Tribanco São Luís - MA.



"Eu faço parte desta equipe."
Olinda da Costa Almeida - Tribanco Porto Velho - RO.



"O Núcleo de Sustentabilidade é muito importante, pois faz refletir sobre nossas ações do dia a dia. Lembrar que os pequenos gestos contribuem, e muito, para um planeta melhor. São atos que merecem ser divulgados".
Rafaela Cristina Souza - Tribanco Joinville - SC.

"A sustentabilidade está inserida em meu dia a dia e fico muito feliz de fazer parte da Rede. Eu acredito que a responsabilidade corporativa pode mudar muita coisa, e é por isso que quero continuar a fazer parte deste grupo".
Pauliane Messias Camara - Tribanco Palmas – TO.

Mobilização

Hora do Planeta

Como forma de demonstrar o amor pelo planeta, colaboradores apagaram as luzes durante 1 hora no dia 26 de março. Além de apoiar a causa, incentivamos a atitude entre os profissionais da empresa e realizamos uma campanha interna sobre o tema. Quem aderiu à Hora do Planeta participou do sorteio de camisetas ecológicas exclusivas e, acima de tudo, contribuiu para o propósito do ato mundial de conscientização sobre o aquecimento global.

MC Dia Feliz

O 'McDia Feliz' é a maior campanha do país no combate ao câncer infanto-juvenil, iniciativa que vem beneficiando cerca de 30 mil crianças e adolescentes vítimas da doença. No dia 27 de agosto, todo o recurso arrecadado com a venda de sanduíches Big Mac foi revertido para a campanha.

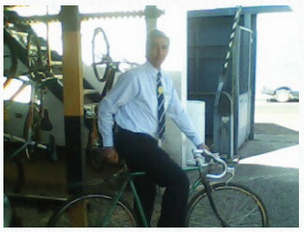
O Tribanco também participou do 'MC Dia Feliz' e ofereceu a todos os colaboradores com filhos de 0 a 12 anos, um ticket para participarem do movimento, que contribui diretamente com as instituições GRAACC - Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer e Hospital do Câncer de Uberlândia. Com essa ação, transmitimos a mensagem de sensibilização para os nossos profissionais e para a suas famílias sobre a importância de se engajarem em questões sociais e participarem de uma causa tão nobre.

Os Tickets que não foram retirados pelos colaboradores foram doados a FALE – Fraternidade Assistencial Lucas Evangelista, Instituição Assistencialista que cuida de cerca de 80 adultos e crianças com AIDS em Uberlândia - MG.

Dia Mundial Sem Carro

Incentivamos os nossos colaboradores a participarem do 'Dia Mundial Sem Carro', celebrado anualmente, em 22 de setembro. Muitos deixaram os veículos em casa e foram trabalhar de carona, bicicleta, de ônibus e a pé, em defesa do meio ambiente e da qualidade de vida nas cidades.

Além dessa ação, o Núcleo de Sustentabilidade promoveu o Concurso de Fotografias do Dia Mundial Sem Carro, por meio do qual os colaboradores tiraram fotos da sua participação na ação e as duas fotos mais criativas foram premiadas.



"Parabéns pela campanha. Fui trabalhar de bicicleta e são atitudes como esta que reforçam os valores do SIM e o nosso planeta também agradece".
José Maria Barbosa Vieira Neto - Colaborador Martins Uberlândia - MG



"Vejam a foto que tirei no dia 22/09, no Dia Mundial Sem Carro. Fui trabalhar de trem e foi um dia muito especial, pois além de contribuir com o meio ambiente utilizando esse transporte, também aproveitei para reencontrar alguns conhecidos. Além disso, ganhei agilidade e ainda um dia sem precisar dirigir. Precisamos ter mais dias destes".
Tatiana Farias Kappke - Colaboradora de Porto Alegre - RS - sorteada do concurso de fotografia.



"Segue foto da nossa ação do Dia Mundial Sem Carro. Meio de transporte utilizado: carona solidária (veículo da colaboradora Alessandra Fidelis). Descrição: cinco mulheres e um destino: Tribanco".
Alessandra Fidelis, Juliana Donato, Jaquelaina Araujo, Nívea Barbosa e Cláudia Santos - Colaboradoras de Uberlândia - MG - sorteadas no concurso de fotografia.

Coleta Seletiva

No segundo semestre de 2011, nos engajamos em uma forte campanha de conscientização sobre Coleta Seletiva. A ação foi amplamente divulgada na praça externa do Centro administrativo do SIM e nos quadros de comunicação disponíveis em toda a empresa.



Com o objetivo de dar uma destinação adequada aos resíduos e poupar os recursos naturais, o SIM – Sistema Integrado Martins investe na separação de recicláveis. A definição de resíduos para gestão de destinação utilizada é baseada na NBR 10.004 – Resíduos Sólidos - Classificação. Em 2011, tivemos uma economia de R$ 139.817,70 para a empresa com a venda de recicláveis[1]. Dados Disponibilizados pelo setor de engenharia e apos administrativo SIM. No mesmo ano, a coleta de lixo eletrônico, na Semana do Meio Ambiente, arrecadou mais de 100kg de materiais.





1- Dados disponibilizados pelo Setor de Engenharia e Apoio Administrativo SIM.

Conheça um pouco dos projetos socioambientais apoiados pelo Tribanco no ano de 2011, bem como as parcerias firmadas e consolidadas com instituições e empresas que também seguem as mesmas premissas do Tribanco em promover ações sustentáveis por todo o mundo.

IFC - INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION

Há sete anos, a parceria entre o Tribanco e a IFC - *International Finance Corporation* se mantém firme no propósito de levar a todos os clientes do banco e consumidores individuais, melhor acesso a instrumentos de financiamento. Em 2010, a IFC passou a ser acionista do Tribanco, com 10% de participação.

Além de desenvolver as habilidades do banco para atuar como intermediário financeiro, a IFC e o Tribanco desenvolvem programas de conscientização sobre sustentabilidade implantados ao longo de toda a cadeia de valor, incluindo consumidores finais. Esses programas atuam em três áreas principais: crédito responsável ao consumidor, questões ambientais e responsabilidade social.



Entre as ações realizadas em 2011, nesse ano aconteceu em Uberlândia o Encontro Anual de *Financial Market* da IFC. Na ocasião, 25 grandes diretores da Corporação se reuniram para discutir os planos estratégicos e orçamento para o próximo ano, e aproveitaram a oportunidade para conhecer e visitar toda a estrutura do Sistema Integrado Martins. No último dia o grupo contribuiu com suas experiências ao participar da fabricação de tijolos ecológicos da ONG Ação Moradia (www.acaomoradia.org.br).

Ainda em 2011, a IFC publicou um relatório identificando sete modelos de negócios inclusivos que ampliam o acesso das populações mais pobres do mundo a bens, serviços e meios de subsistência e, ao mesmo tempo, geram retornos elevados. Entre os clientes da IFC no Brasil, o relatório destaca o Tribanco como exemplo nos quesitos:

Distribuição e varejo de pequena escala; Crédito ao cliente com base na experiência; Última milha da rede de serviços públicos; Compra da produção de pequenos agricultores; Diplomas de qualidade a um preço razoável; Moradia de qualidade a um preço razoável; e Plataformas de transações eletrônicas.

O Tribanco também recebeu da IFC, pelo segundo ano consecutivo, o prêmio como empresa modelo de negócios inclusivos: *Leader in Inclusive Business*. Isso mostra que o método de trabalho é reconhecido no mundo inteiro por ampliar o acesso a bens e serviços a toda cadeia do SIM.

Outro destaque de 2011 dessa parceria foi um estudo realizado pela IFC

em relação à participação das mulheres no portfólio de clientes do Tribanco. A instituição vem analisando esse cenário mundial e o Tribanco foi um dos principais agentes dessa pesquisa que deve ter o seu relatório divulgado em 2012.

A IFC também tem apoiado os esforços do Tribanco para ampliar o acesso a serviços financeiros para pequenas empresas brasileiras interessadas em reduzir o consumo de energia. A instituição tem treinado os colaboradores do banco nos projetos de eficiência energética e na identificação de oportunidades de financiamento nessa área. Esse esforço beneficiará pequenos varejistas que fazem parte de uma rede de mais de 900 lojas no Brasil, provendo acesso a linhas de crédito para implementação de projetos de eficiência energética.

Saiba mais: www.ifc.org

IPÊ – INSTITUTO DE PESQUISAS ECOLÓGICAS

Instituto de Pesquisas Ecológicas

Ao longo dos anos, a parceria entre o Tribanco e o IPÊ - Instituto de Pesquisas Ecológicas tem contribuído para a proteção de mais de cinco milhões de hectares de floresta tropical e de mais de 15 animais da nossa fauna, entre eles a onça-pintada, a jaguatirica, o mico-leão-preto, o mico-leão-de-cara-preta e o peixe-boi, espécies ameaçadas de extinção.

Esse trabalho, que é feito a muitas mãos e em conjunto com as comunidades das regiões onde o IPÊ atua, tem como princípio a educação ambiental e as alternativas sustentáveis de desenvolvimento como base indispensável para que as pessoas se integrem à natureza e melhorem suas condições de vida.
Essa parceria com o Tribanco tem contribuído , também, para a sustentabilidade financeira do IPÊ e, com isso, ajudado nos projetos de conservação socioambiental da instituição, se profissionalizando em todas as suas áreas de atuação internas e externas, inclusive estabelecendo metas de longo prazo.

Saiba mais: www.ipe.org.br

INSTITUTO ETHOS

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Tribanco é uma empresa associada ao Instituto Ethos e tem contribuído com a missão da instituição: demobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade mais justa e sustentável.
Além disso, por meio dessa parceria, o Tribanco tem contribuído

para que as empresas analisem suas práticas de gestão e aprofundem seu compromisso com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável.

Saiba mais: www.ethos.org.br

INSTITUTO AKATU

Consumo consciente para um futuro sustentável.

Educar, sensibilizar e mobilizar a sociedade para o consumo consciente. Esse é o intuito da parceria do Tribanco com o Instituto Akatu. Para atingir esse objetivo, diversas ações são realizadas junto à comunidade, publicações na mídia, na internet e em campanhas publicitárias, além do desenvolvimento de pesquisas e elaboração de instrumentos de avaliação e informação sobre o consumo consciente.

Saiba mais: www.akatu.org.br

FUNDAÇÃO DOM CABRAL

FUNDAÇÃO DOM CABRAL
FDC
DESENVOLVIMENTO DE EXECUTIVOS E EMPRESAS

A Fundação Dom Cabral, por meio do Centro de Desenvolvimento do Varejo Responsável (CDVR), também atua em relação às práticas de consumo consciente e no comportamento ético com as grandes questões demandadas pela sociedade brasileira. Pensando da mesma forma, o Tribanco também é parceiro da instituição em propagar esse assunto junto às empresas de varejo de bens e serviços de massa e às componentes da cadeia de suprimentos.

Dentre os setores empresariais, o varejo é o que mais tem poder para estabelecer vínculos diretos com os consumidores e é o mais efetivo canal de relacionamento deles com os produtores. Os princípios do Varejo Responsável pretendem orientar o varejo a adotar atitudes concretas para contribuir com a construção de uma sociedade mais sustentável.

Entre os princípios fundamentais do varejo responsável destacamos: logística, atributos de qualidade dos produtos e serviços, atendimento, marketing, consumo consciente, crédito responsável, concorrência, interatividade com as comunidades, mercados inclusivos, autorregulação e interatividade com o poder público e meio ambiente.

Saiba mais: www.fdc.org.br

ABRINQ



Em defesa aos diretos das crianças, o Tribanco é certificado com o selo "Empresa Amiga da Criança", título concedido pela Fundação Abrinq 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 temas como combate ao trabalho infantil, educação, saúde, direitos civis e investimento social na criança.

Saiba mais: www.fundabrinq.org.br

COMUNICADO DE COPENHAGUE

Entre as 500 empresas que assinaram o acordo global sobre as alterações climáticas, está o Tribanco, também defensor da causa. Participar desse ato está alinhado com os princípios do desenvolvimento sustentável do Tribanco, por meio do qual todos são responsáveis pelo uso racional dos recursos naturais. A busca pelo lucro e pelo desempenho econômico deve caminhar lado a lado com o respeito à preservação de condições socioambientais que garantam o desenvolvimento sustentável da sociedade na qual estamos inseridos.

Saiba mais: www.copenhagencommunique.com

Governança Corporativa

Ao longo de sua história, o Tribanco sempre buscou consolidar suas práticas de governança corporativa. Desde a sua fundação, o Tribanco desenvolveu políticas, códigos e procedimentos que refletem seu compromisso com os mais elevados padrões éticos de governança corporativa, sustentabilidade e valorização dos colaboradores.

Em 2011, o Conselho de Administração do Tribanco aprovou o Plano de Governança Corporativa. Esse instrumento estabelece diretrizes de governança corporativa e consolida todas as políticas, códigos e procedimentos vigentes, além de dispor sobre o exercício do direito ao voto nas assembleias pelos acionistas. Para evitar conflitos de interesse, também foram estabelecidos fluxos de informações e disclosure no mesmo Plano.

Estrutura Corporativa

A estrutura corporativa do Tribanco é composta por um Conselho de Administração e seus Comitês Estratégicos, Auditoria Interna, assim como a Diretoria. As áreas de Governança Corporativa e Sustentabilidade e a área Jurídica reportam-se diretamente ao Conselho de Administração do Tribanco. Os membros do Comitê são eleitos para um mandato de dois anos, sendo permitida a reeleição. Anualmente os membros do Conselho de Administração e dos Comitês Estratégicos realizam a autoavaliação para aferir o desempenho de suas funções.



Estrutura Societária Tribanco

ACIONISTAS	% PART.
ALMAR PARTICIPAÇÕES LTDA	45%
HELPAR PARTICIPAÇÕES LTDA	20%
INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION	10%
CELSON MARTINS BORGES	7%
ONIPAR PARTICIPAÇÕES LTDA	5%
OUTROS	13%
TOTAL	100%

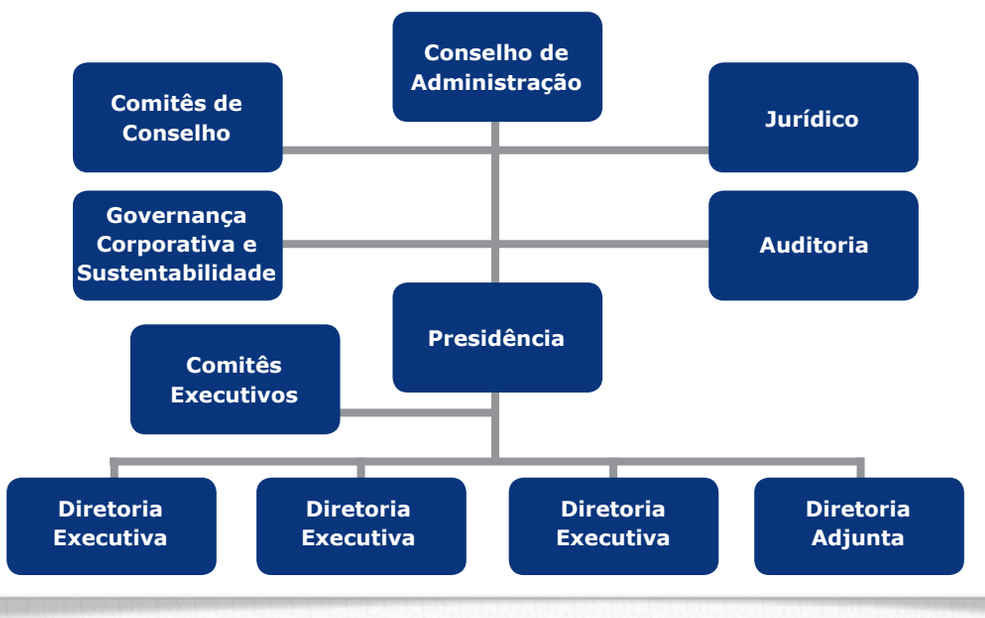
Conselho de Administração

O Conselho de Administração é composto por sete membros, sendo três independentes. Os Conselheiros são eleitos pela Assembleia e o Presidente do

Conselho não possui função executiva. As atividades do Conselho são auxiliadas por quatro Comitês Temáticos, sendo um deles, órgão estatutário. Os Comitês são coordenados por Conselheiros externos, exceto o Comitê de Auditoria e Compliance, coordenado por membro com expertise no tema.

Em 2011, com a aprovação do Plano de Governança Corporativa pelo Conselho de Administração, foi criada, formalmente, a Secretaria de Governança com profissional dedicado. Essa Secretaria é responsável por facilitar o fluxo de informações entre Acionistas, Conselheiros e Diretores; auxiliar o Presidente do Conselho, zelar pelo funcionamento e alinhamento de todas as atividades inerentes à Governança Corporativa, garantir que os membros do Conselho tenham acesso irrestrito aos documentos da Administração, divulgar relatórios periódicos sobre gestão e governança e manter o Portal de Governança atualizado. Os cargos de Diretor Presidente e Presidente do Conselho de Administração são exercidos por pessoas distintas.

Governança Corporativa



Conselho de Administração

Presidente
Juscelino Fernandes Martins

Conselheiros
Alair Martins do Nascimento
Álvaro Antônio Cardoso de Souza
Francisco Mesquita Neto
José Antônio Rossi Salles
José Guimarães Monforte
José Luiz Osório de Almeida Filho
Pedro Mader Meloni

Diretoria

Diretor Presidente
João Ayres Rabello Filho

Membros da Diretoria
Alcir Amâncio
Aparecida Teixeira de Moraes
Emanuel Dantas Fontes Amor
Guilherme Oliveira
José Adilson Franzo
José Mário G. Cury
Marco Túlio da Silva

Comitês do Conselho

O Comitê de Auditoria e *Compliance* reúne-se, mensalmente, para acompanhamento do processo de monitoramento dos mecanismos de governança corporativa, avaliação das políticas de gerenciamento de riscos de crédito, de mercado, de liquidez e operacional, no sentido de verificar a estruturação da área e dos seus processos de trabalho, acompanhar a avaliação dos controles internos em geral e os processos de prevenção à lavagem de dinheiro, além de zelar pela integridade das demonstrações financeiras, com supervisão direta dos trabalhos da Auditoria Interna, Externa e da área de Controles Internos e *Compliance*. O Comitê de Auditoria e Compliance disponibiliza um canal para acolher informações sobre indícios de descumprimento de dispositivos legais e normativos aplicáveis ao Tribanco, além de regulamentos e códigos internos. É o 'Fale com o Comitê de Auditoria'.

O Comitê de Finanças e Riscos reúne-se, igualmente, todos os meses para monitorar os resultados financeiros, a estratégia de *funding,* alternativas de captação, os riscos de crédito, de mercado, de liquidez e operacional, com vistas a sua mitigação.

O Comitê de Pessoas, Gestão e Governança reúne-se a cada dois meses para acompanhar os indicadores relacionados a pessoas, revisar as práticas de governança, avaliar políticas de remuneração e compensação para o corpo de colaboradores, bem como programas de desenvolvimento e retenção de talentos.

Por fim, o Comitê de Estratégia, Inovação e Sustentabilidade reúne-se a cada dois meses para direcionar o plano de expansão da Sociedade, direcionar e acompanhar os principais temas e ações do Plano Estratégico da sociedade, propor e monitorar ações de sustentabilidade, estimular e fortalecer alianças e parcerias estratégicas.



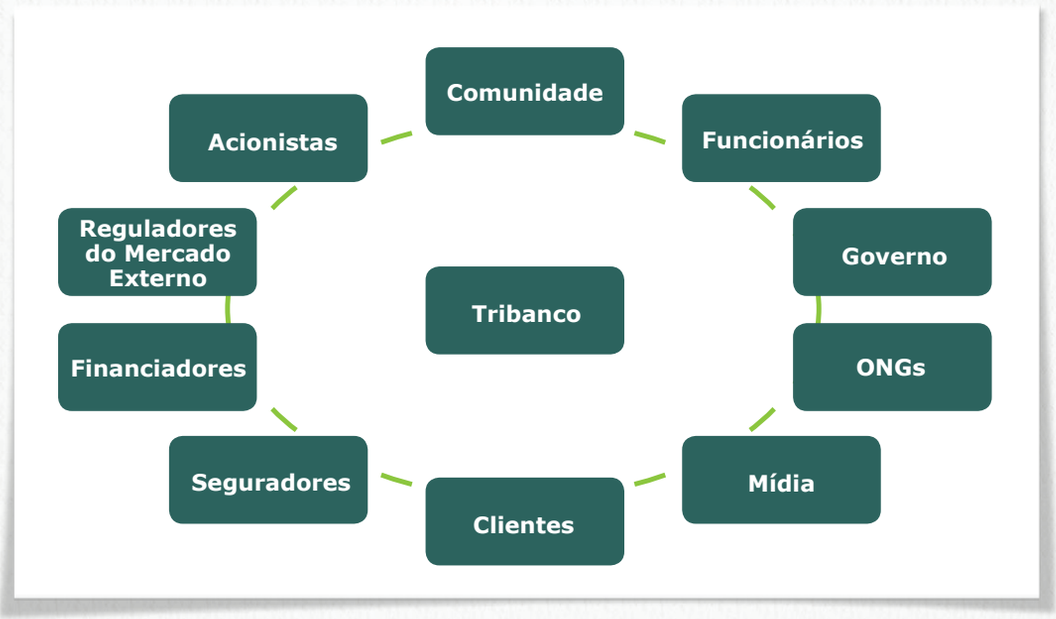
Estrutura dos Órgãos Auxiliares do Conselho

Participação em Associações

O Tribanco atualmente tem representação na Comissão de Sustentabilidade da FEBRABAN – Federação Brasileira de Bancos e também na Comissão de Secretária de Governança do IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.

Stakeholders

Na elaboração do Sistema de Gerenciamento em Sustentabilidade, elaborado em reunião de Planejamento Estratégico com grupos de liderança, foram identificados como principais *stakeholders* os seguintes, dentre todos os que relacionam com o Tribanco:



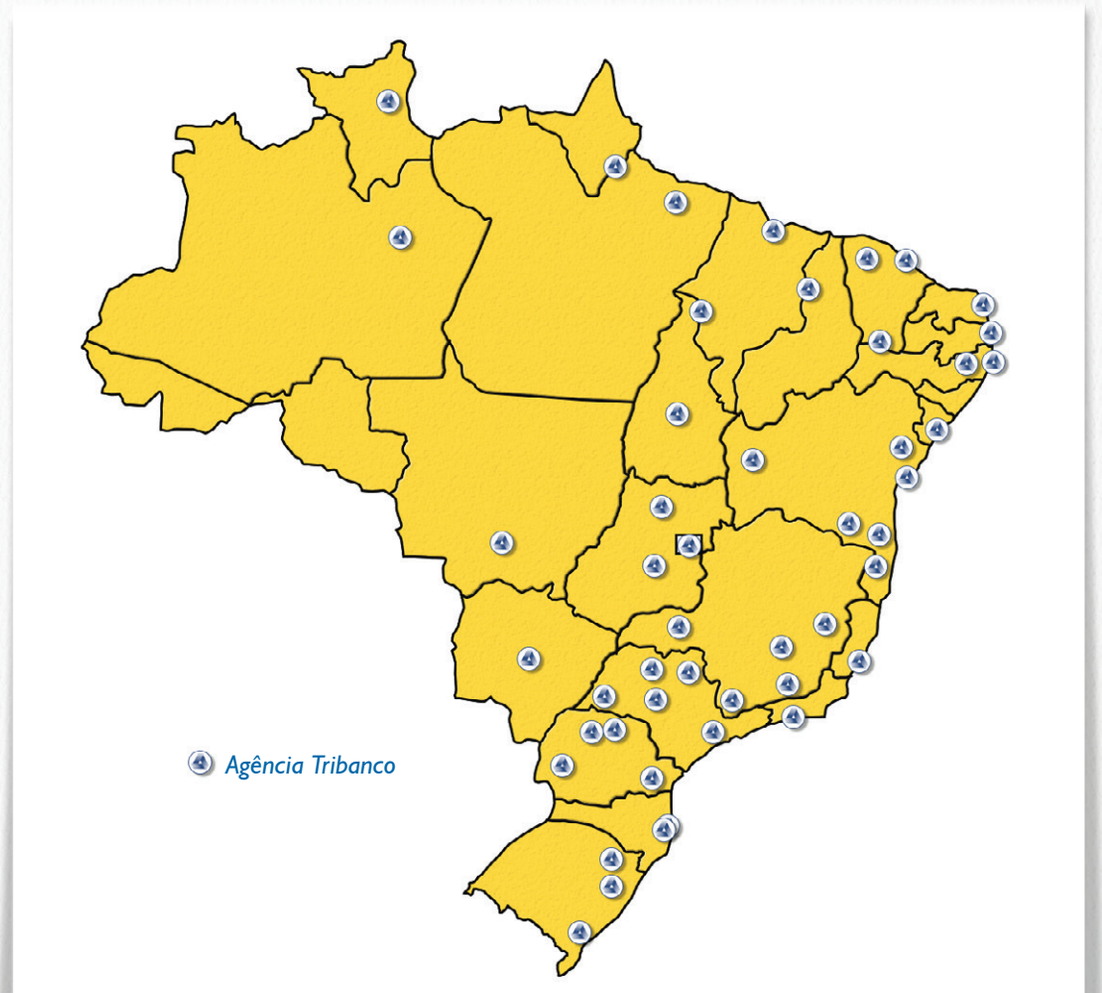
As abordagens para o engajamento são diferenciadas para cada público, com frequências também distintas, mas que incluem, além de todos os nossos trabalhos com público interno, também o Conselho de Clientes, o relacionamento do IAMAR com a comunidade e os contatos regulares que mantemos com os nossos fornecedores e parceiros, entre outros.

Indicadores de Desempenho

Desempenho Econômico

O Tribanco atuou, em 2011, em cerca de quatro mil municípios, que corresponde a mais de 70% do território brasileiro, levando suas soluções financeiras para mais de 40 mil clientes de diversos segmentos como varejo alimentar, farmacêutico, material de construção, eletro, informática e agro-veterinário.

No ano passado, o Tribanco contou com 718 colaboradores que atuam nas 46 agências, espalhadas pelo Brasil e na matriz, em Uberlândia.

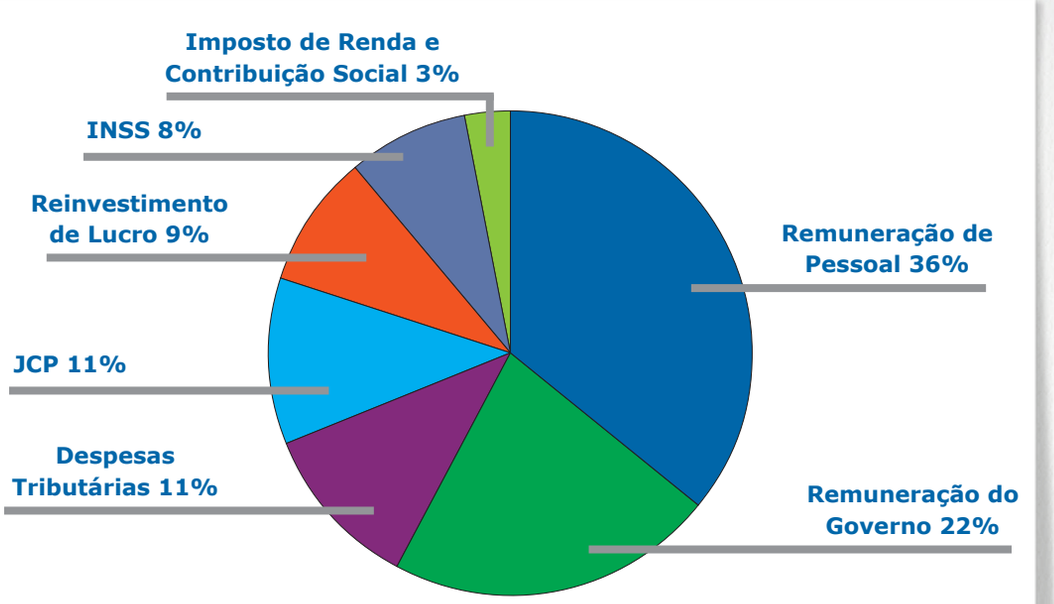


O desempenho do banco tem sido sólido e de acordo com a conjuntura econômica e estratégias definidas pelos seus acionistas e diretoria.

Em relação às captações, feitas pelos clientes e fornecedores do grupo com quem possuímos estreito relacionamento, além do mercado, evoluímos, assim como nos demais indicadores apresentados abaixo:

Balanço - R$ (em milhares de reais)	2011	2010	2009
Ativos Totais	1.901.820	1.827.450	1.667.338
Aplicações financeiras de liquidez (operações em mercado aberto)	344.195	298.507	283.967
Títulos e Valores Mobiliários (carreira de títulos)	95.766	50.994	7.789
Carteira de crédito	1.382.851	1.398.240	1.239.146
Carteira de crédito (P.F)	208.633	215.605	214.005
Carteira de crédito (P.J)	1.174.218	1.182.634	1.025.141
Ativo Permanente (ativos fixos)	46.053	38.692	38.861
Captações (Funding Total)	1.305.266	1.299.841	1.138.886
Patrimônio Líquido	362.909	315.835	320.922

Demonstrativo do Valor Adicionado 2011



Oferecemos o plano de previdência privada - MartinsPrev, atualmente aderido por 67% dos nossos colaboradores. Por meio do plano, estamos oferecendo aos colaboradores participantes benefícios de aposentadoria, aposentadoria por invalidez e pensão por morte.

Salário de Participação (em R$)	Contribuições do Participante	Contribuições da Empresa
	% de Contribuição Básica do Participante	% de Contribuição Normal da Patrocinadora
1.219,25	*0,50%*	*0,25%*
1.219,26 a 2.438,52	*1,00%*	*0,50%*
2.438,53 a 3.657,78	*1,50%*	*0,75%*
3.657,79 a 4.877,05	*2,00%*	*1,00%*
4.877,06 a 6.096,31	*2,50%*	*2,50%*
6.096,32 a 7.315,58	*3,00%*	*3,00%*
7.315,59 a 9.754,11	*3,50%*	*3,50%*
9.754,12 a 12.192,64	*4,00%*	*4,00%*
Acima de 12.192,65	*5,00%*	*5,00%*

**Valores após dissídio de 7% em dezembro/10*

De acordo com convenção coletiva de trabalho, todos os colaboradores do Tribanco, de todos os estados, têm um montante fixo, pago mensalmente, superior ao salário mínimo aplicado no mercado nacional. Essa remuneração do Tribanco é superior a 230% do que o mínimo vigente pago aos brasileiros, que é de R$ 622,00.

Salário Mínimo	Mensal	Hora
Uberlândia	*R$ 622,00*	*R$ 2,83*
São Paulo	*R$ 690,00*	*R$ 3,14*
Salvador	*R$ 622,00*	*R$ 2,83*
Porto Alegre	*R$ 622,00*	*R$ 2,83*

Piso (menor salário - GGS 5 / 8 horas)	Mensal	Hora
Uberlândia	*R$ 1.512,00*	*R$ 6,87*
São Paulo	*R$ 1.512,00*	*R$ 6,87*
Salvador	*R$ 1.512,00*	*R$ 6,87*
Porto Alegre	*R$ 1.512,00*	*R$ 6,87*

Percentual	Mensal	Hora
Uberlândia	*243%*	*243%*
São Paulo	*219%*	*219%*
Salvador	*243%*	*243%*
Porto Alegre	*243%*	*243%*

GGS 5 - 8 horas	*R$ 1.512,00*

Desempenho Ambiental

Cuidar e respeitar o Meio Ambiente são compromissos que assumimos no nosso dia a dia, por acreditar que 'Juntos o Futuro Vale Mais'.

Em 2011, trabalhamos fortemente a fim de alinhar os nossos conhecimentos e ações em ecoeficiência de energia, papel e descarte correto do lixo. Entretanto, por entender que estamos em um processo inicial de construção da cultura corporativa de sustentabilidade, ainda não definimos metas de redução e monitoramento periódico, assim como também não utilizamos materiais e recursos provenientes de reciclagem, embora seja uma de nossas metas.

Mantivemos o histórico de não autuação em relação a leis e regulamentos ambientais brasileiros, em todas as nossas agências, neste ano.

Em relação à energia, em 2011 consumimos 262.086 kWh em nossas agências e 744.226 kWh na matriz, em Uberlândia. Isto corresponde a 1.006.312 kWh do consumo total, ou cerca de 1404,5 kWh per capita. Em geral, tivemos um aumento percentual de aproximadamente 8% no consumo, justificado pelo fato de termos conseguido, neste ano, compilar o consumo energético de 97,6% de nossas agências, comparado a 87,5% no ano anterior.

Utilizamos em nossas atividades apenas papel certificado pelo selo FSC, com origem e manejo sustentáveis atestados. Durante 2011, conseguimos monitorar o uso de papel, além de Uberlândia, em todas as nossas agências e por isso, o seu valor absoluto é maior do que o indicado no Relatório de Sustentabilidade anterior. Foram utilizadas cerca de 4.800 resmas de papel para impressões e uso em escritório, o que totaliza 2.400.000 folhas por ano, aproximadamente 3.342 folhas *per capita*, uma redução de 11% no consumo *per capita* de 2011.

O Tribanco também incentiva a proteção ambiental a partir de contribuições institucionais aos projetos desenvolvidos pelo IPÊ – Instituto de Pesquisas Ecológicas e o Instituto Akatu para o Consumo Consciente, com investimentos mensais que colaboram para o desenvolvimento de projetos e outras ações dos respectivos Institutos.

	IPÊ – Instituto de Pesquisas Ecológicas[1]		Akatu[2]
	Tribanco	Tricard	
2009	*1.354,70*	*87.340,72*	*90.000*
2010	*1.515,80*	*87.532,31*	*90.000*
2011	*980,4*	*77.149,22*	*90.000*
TOTAL	*3.850,90*	*252.022,25*	*270.000*

[1]Números referentes apenas às doações do Tribanco, Tricard e Tribanco Seguros. Outras empresas do Sistema Integrado Martins também podem contribuir com outros valores, a estas ou outras organizações.

[2]Entendemos o trabalho da Akatu em consumo consciente e redução de consumo como uma importante vertente da proteção ambiental.

Desempenho Social

Práticas Laborais e Trabalho Digno

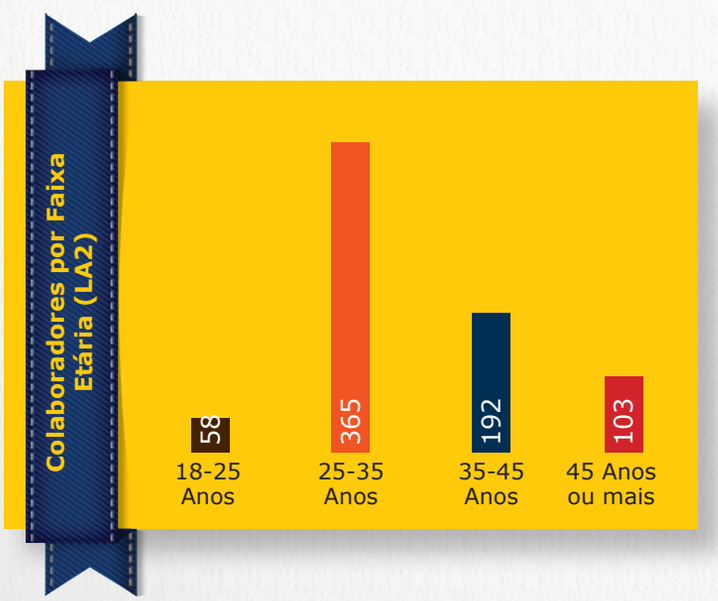
Acreditamos que promover um bom ambiente de trabalho e a qualidade de vida e bem estar dos nossos colaboradores, nos ajuda a nos desenvolver como empresa e vivenciar um cotidiano mais sustentável, pois acreditamos que 'Juntos, o FuturoVale Mais!'.

O Tribanco conta com uma estrutura de pessoal reconhecida e muito eficaz no atendimento das necessidades mercadológicas e na prática diária de valores e compromissos, que nos permite levar, com qualidade, nossos produtos e serviços a toda cadeia do SIM.

Em 2011, crescemos nosso quadro de colaboradores em 10% em relação ao ano de 2010, contando com 718 colaboradores, sendo 397 homens e 321 mulheres. Destacamos o crescimento de 13% de mulheres em relação ao total de colaboradores no ano anterior.

QUANTIDADE DE PESSOAS POR TIPO DE EMPREGO E CONTRATO DE TRABALHO EM 31/12/2011 (LA1)

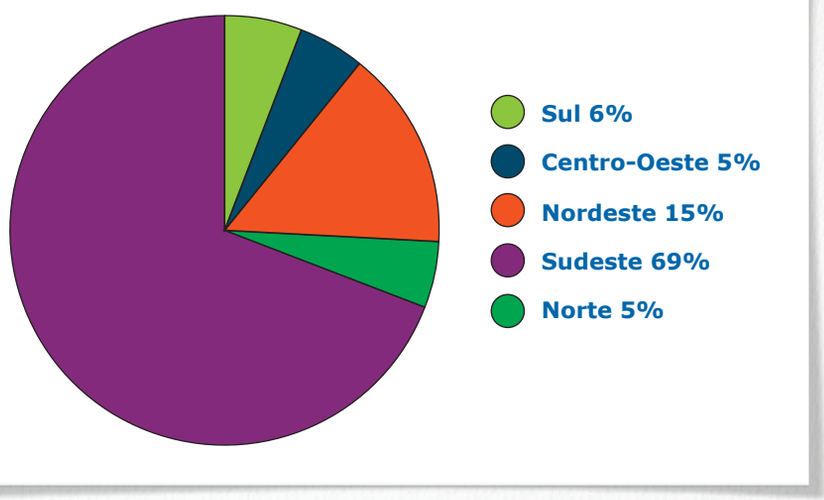
Empregos Diretos:	Empregados (CLT):	676
	Diretores Estatutários:	8
	Estagiários:	26
	Conselheiros:	8
	Total:	718
Empregos Indiretos:	Não temos esta informação (empregados terceirizados)	
Menor Aprendiz:		15



Atuando há 21 anos no mercado, somos uma empresa jovem e dinâmica, o que se reflete também no perfil dos nossos colaboradores, uma vez que mais de 50% estão na faixa etária entre 25 e 35 anos, entre colaboradores e estagiários.

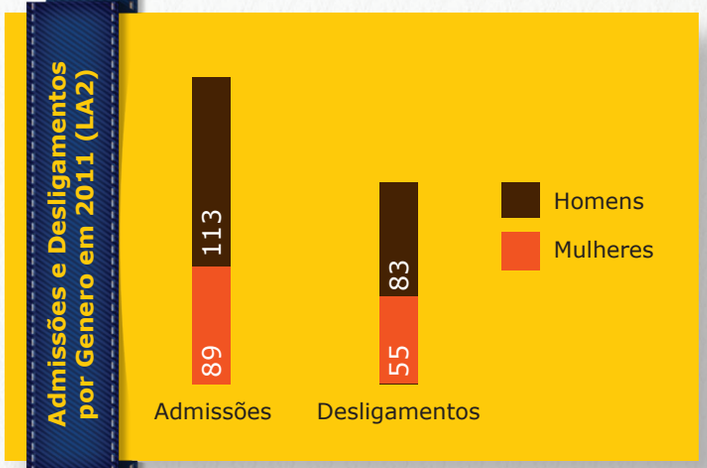
Para atendermos nossa carteira de clientes do Sistema Integrado Martins, trabalhamos de forma regionalizada. É preciso entender as necessidades dos nossos clientes nas diferentes regiões geográficas do Brasil para atuarmos, pontualmente, de acordo com as especificidades de cada um, levando produtos e serviços contextualizados. É destaque a nossa expressiva presença e atuação na região Nordeste do país, além da região Sudeste, onde grande parte das nossas operações estão sediadas na cidade de Uberlândia - MG.

Colaboradores por Região (LA1)

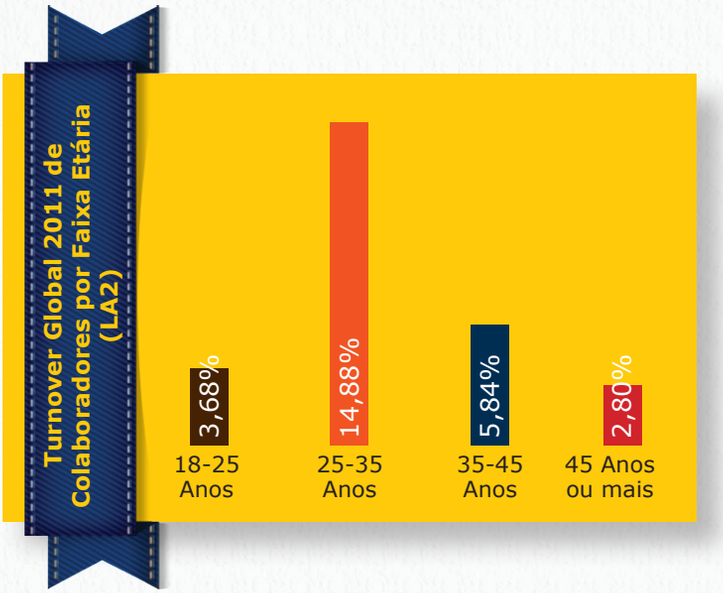


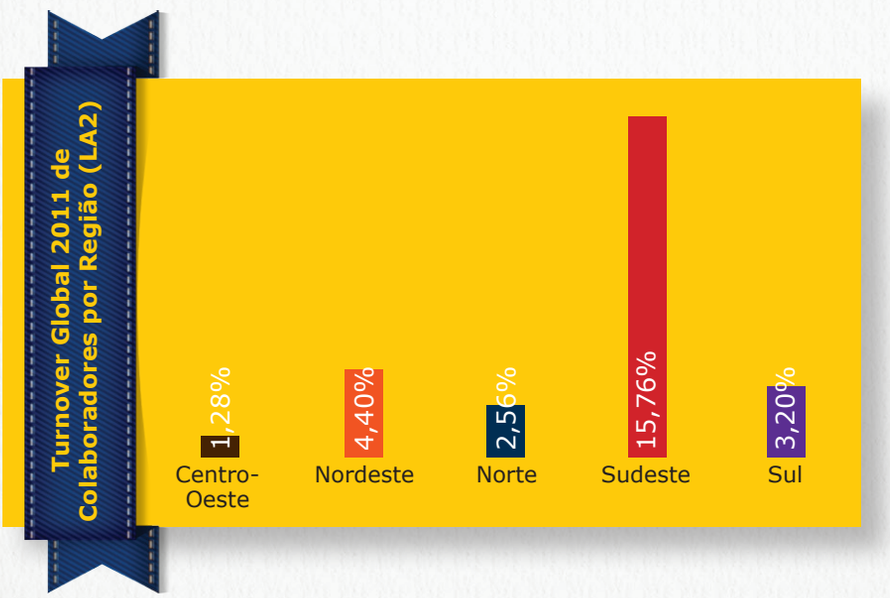
Com políticas bem definidas e profissionais altamente motivados, trabalhamos para contarmos com os melhores talentos do mercado. Em 2011, tivemos 202 admissões em contrapartida aos 138 desligamentos realizados na empresa. Ao observarmos a faixa etária predominante entre os novos colaboradores, entre 25 e 35 anos, observa-se também a igualdade numérica entre gênero: 61 homens e 61 mulheres admitidas. Regionalmente, a movimentação de pessoal foi mais intensa nas regiões Sudeste e Nordeste.

Admissões e Desligamentos por Genero em 2011 (LA2)



Melhoramos o nosso *turnover*, indicador importante de Recursos Humanos que reflete o nosso bom resultado operacional e saúde organizacional, de 28,23% em 2010 para o total de 27,20% em 2011, de acordo com as estratificações por faixa etária e região, apresentadas neste Relatório.





Preocupados com a saúde e o bem-estar dos colaboradores dentro do ambiente de trabalho, adotamos um conjunto de medidas que visam minimizar os acidentes de trabalho, doenças ocupacionais, bem como proteger a integridade e a capacidade de trabalho do colaborador. Esse trabalho tem tido bons resultados, tanto que em 2011 não houve qualquer registro de acidente de trabalho ou doença ocupacional, assim como nos anos dos Relatórios de Sustentabilidade publicados anteriormente.

Todos os nossos colaboradores que são contratados em regime CLT são abrangidos pela Convenção Coletiva de Trabalho da categoria.

O Tribanco e as empresas do SIM apostam e valorizaram as pessoas, independente de crença, raça, gênero ou portabilidade de necessidades especiais. E por isso, também nos consideramos diferentes.

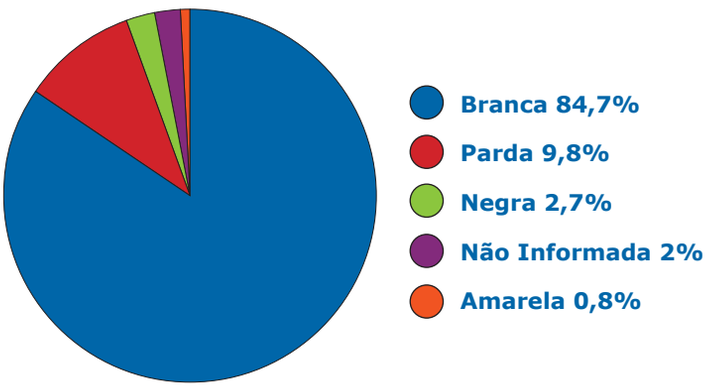
Junto à ICASU - Instituição Cristã de Assistência Social de Uberlândia, desde 2007, também estamos preparando jovens para o mercado de trabalho, oferecendo oportunidades e qualificando-os para os desafios profissionais. Somente em 2011, 22 jovens de 16 a 18 anos que frequentam a escola regularmente participaram do projeto. No término do programa, muitos têm a chance de serem efetivados tanto no Tribanco, quanto nas demais empresas do SIM.

Desde 2007, firmamos uma parceria com o Instituto Integrar em Uberlândia, no projeto de inclusão social de portadores de necessidades especiais. O objetivo dessa união é contribuir para a inserção dos alunos no mercado de trabalho nas empresas do SIM. Como em 2011 não foram oferecidas novas capacitações e contratações, e devido à movimentações internas, houve um pequeno decréscimo na quantidade de colaboradores com esse perfil no nosso quadro. No próximo ano, as atividades do projeto serão retomadas para atender mais pessoas e gerar mais oportunidades de inclusão na nossa empresa.

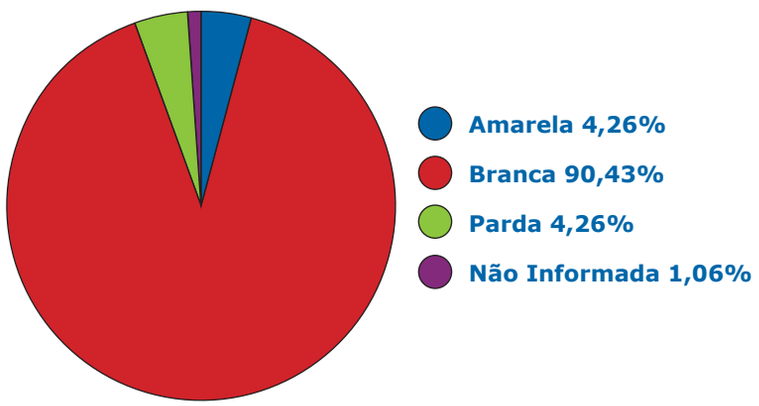
	Percentual de Colaboradores com Deficiência
2009	*0,56%*
2010	*1,38%*
2011	*1,11%*

Tivemos também, maior inclusão de grupos específicos em relação a 2010, por exemplo, na distribuição etária dos cargos de gerência no Tribanco.

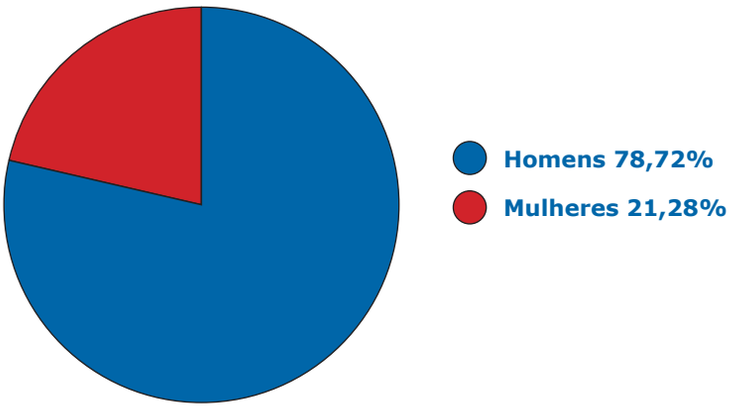
Quantidade de Pessoas por raça em 2011 (LA13)



Percentual de Pessoas em cargos de Gerência/Direção por raça em 2011 (LA13)

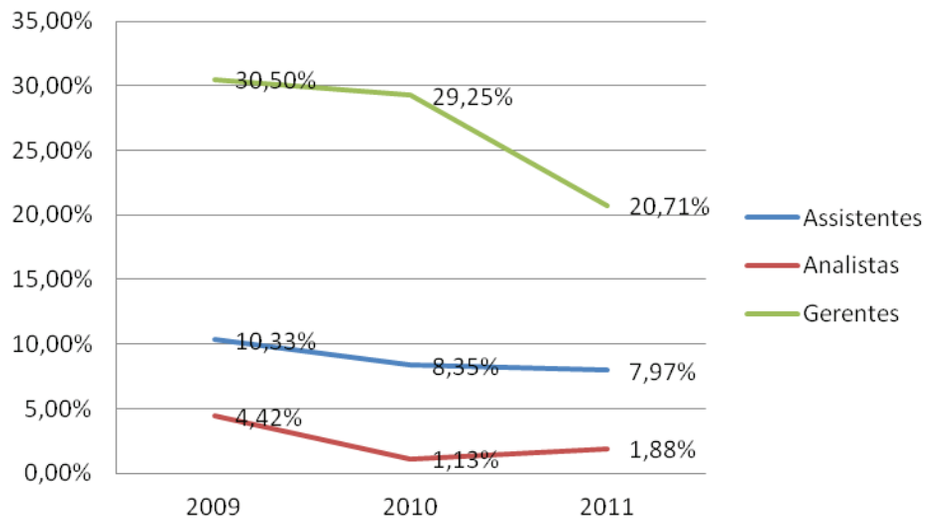


Percentual de Pessoas em cargos de Gerência/Direção por gênero em 2011 (LA13)



Continuamos trabalhando para que a igualdade esteja cada dia mais presente na nossa gestão. Isto se confirma na análise da relação entre a média de salário base de homens e mulheres por categoria funcional, que vem diminuindo percentualmente a cada ano, o que significa que estamos conseguindo diminuir a diferença salarial entre os dois gêneros a cada ano.

Relação entre média de salário-base de homens e mulheres por categoria funcional (LA14)



Relação entre média de salário base de homens e mulheres por categoria funcional (LA14)

	Homens			Mulheres		
	Salário	*Qtde*	*Média*	*Salário*	*Qtde*	*Média*
Assistentes	*117.234,45*	*73*	*1.605,95*	*260.293,88*	*175*	*1.487,39*
Analistas	*645.697,20*	*232*	*2.783,18*	*297.782,70*	*109*	*2.731,95*
Gerentes	*416.151,14*	*56*	*7.431,27*	*104.656,54*	*17*	*6.156,27*

No que tange aos indicadores relacionados a treinamentos, em 2011, foram disponibilizadas mais de 1400 horas de capacitação presencial interna para colaboradores de diversos cargos. No total, foram 3814 colaboradores participando de treinamentos que abordaram diversos assuntos como Técnicas de Vendas e Abordagem a Clientes, Concessão de Crédito; Desenvolvimento de Lideranças; Encontros da Área Comercial, Programas de Integração, Ciclo de Palestras, entre outros.

Além disso, todos os colaboradores acessam e realizam treinamentos periódicos na plataforma de EAD - Ensino à Distância, que conta com cerca de 300 cursos que abordam uma grande variedade de temas como Finanças, Marketing, Comunicação, Desenvolvimento Pessoal, Negociação, Estatística, Português, Prevenção à lavagem de dinheiro e Atendimento, entre outros.

Direitos Humanos

Procuramos agir igualitariamente nas questões que abrangem raça, faixa etária e igualdade de gêneros, tanto na contratação, quanto em reconhecimento, ao avaliarmos sempre as pessoas dentro de suas funções, com uma metodologia relacionada à matriz de cargo, níveis e 'tempo de casa'.

Em 2011, não tivemos ocorrências de casos de discriminação, indicador também de direitos humanos na nossa organização.

Garantir os direitos fundamentais do ser humano é umas das premissas do Tribanco, quando se relaciona com seus parceiros, inclusive fornecedores. Todo e qualquer contrato Tribanco junto aos seus fornecedores é avaliado em vários aspectos, para que os riscos e os impactos sejam os menores possíveis para todas as partes envolvidas. Estes se referem desde a uma simples cotação de produtos até diversos tipos de prestação de serviços, alguns essenciais para o desenvolvimento da empresa.

Todos os contratos são acordados por meio de uma área específica que tem como objetivo garantir que cada item constante no acordo seja cumprido rigorosamente. Entre as diversas cláusulas constantes nos acordos, duas impostas pelo Tribanco são a proibição do trabalho infantil e escravo. Neste mesmo ano, não foram identificados, nas nossas operações, riscos relacionados a incidentes de exploração infantil ou de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo.

Sociedade

Respeito ao meio ambiente em que estamos inseridos, às pessoas e à sociedade, são aspectos fundamentais no nosso trabalho. Para este fim, como medidas relacionadas ao combate à corrupção, 100% dos nossos colaboradores já foram treinados em Prevenção à Lavagem de Dinheiro. Está em desenvolvimento também a Política 'Conheça o Seu Colaborador', para iniciar a atividade de avaliação de riscos relacionados ao assunto em referência. Tais medidas se refletem em números, já que em 2011 não identificamos nenhum caso de corrupção em nossas operações.

O Tribanco participa ativamente de discussões sobre Políticas Públicas e *lobbies* por meio da participação em entidades de classe e organizações não governamentais. No ano de 2011, o Tribanco não se posicionou publicamente sobre nenhum tema em discussões conduzidas pelas entidades das quais faz parte.

Ainda em 2011, não houveram ações judiciais pendentes ou encerradas referentes à concorrência desleal, violações da legislação e da regulamentação de monopólio em que a organização relatora tenha sido identificada como participante. Também não foram constatados processos encerrados que tenham acarretado multas significativas e não houve aplicação de sanções não-monetárias.

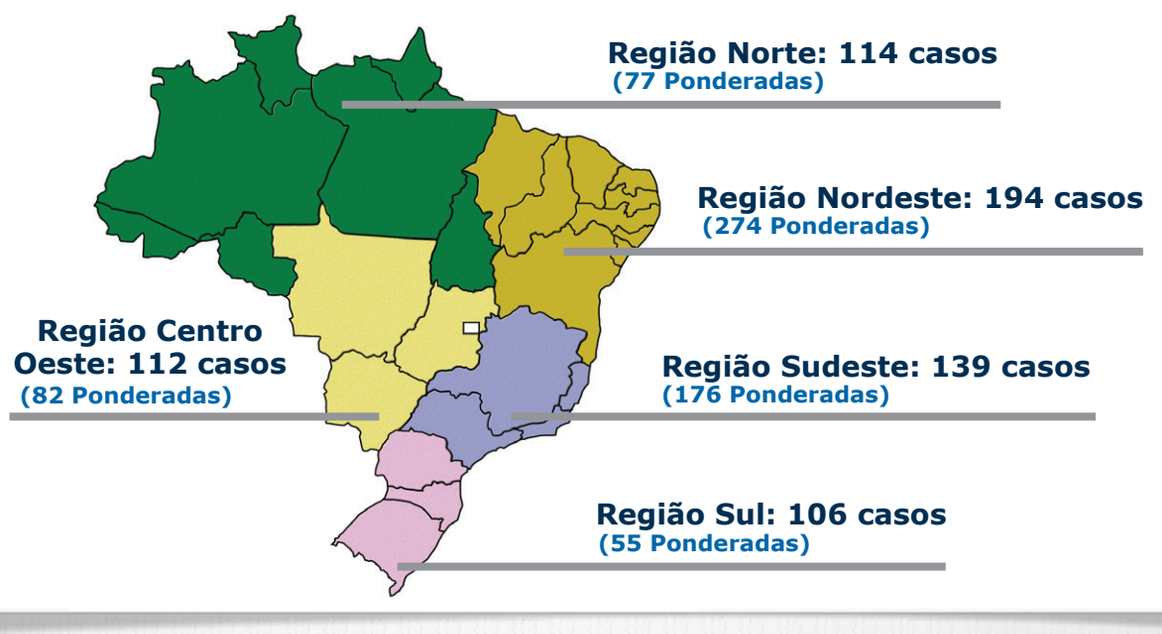
Responsabilidade Pelo Produto

Nascemos do varejo e a nossa preocupação de sempre crescer junto com o cliente move a nossa atuação e as nossas decisões em todos os momentos. A satisfação e a opinião de cada um dos nossos cerca de 40 mil clientes são fundamentais para o nosso trabalho hoje e no relacionamento de longo prazo. Por isso, procuramos nos atentar ao máximo no relacionamento com o nosso cliente, para atender suas necessidades na forma como planejamos os nossos produtos, elaboramos as nossas comunicações e nos meios de divulgação utilizados.

Realizamos uma pesquisa de satisfação e avaliação de imagem do Tribanco, junto aos nossos clientes entre os meses de novembro e dezembro de 2010 e janeiro de 2011, por meio de 663 entrevistas por telefone.

O objetivo da pesquisa é avaliar a satisfação dos clientes Tribanco e Cartão Super-Compras, de acordo com os indicadores de atratividade estabelecidos: competitividade, credibilidade, agilidade, atendimento e relacionamento.

Os resultados foram pós-ponderados considerando as variáveis Regional e Curva de Rentabilidade. Consideramos a margem de erro para questões globais de 3,2 pontos percentuais para cima ou para baixo e intervalo de confiança de 90%.



Sumário GRI

Este relatório do Banco Triângulo S/A, publicado anualmente, segue as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI) e comtempla o nível B de aplicação da versão G3 dos indicadores.

Relatório Níveis de Aplicação		C	C+	B	B+	A	A+
Conteúdo do Relatório	Perfil da G3 – Resultado	Responder aos itens: 1.1; 2.1 a 2.10; 3.1 a 3.8, 3.10 a 3.12; 4.1 a 4.4, 4.14 a 4.15.	Com verificação externa	Responder a todos os critérios elencados para Nível C mais: 1.2; 3.9, 3.13; 4.5 a 4.13, 4.16 a 4,17.	Com verificação externa	O mesmo exigido para o Nível B	Com verificação externa
	Informações sobre a forma de gestão da G3 – Resultado	Não exigido		Informações sobre a forma de gestão para cada categoria de indicador		Forma de gestão divulgada para cada categoria de indicador	
	Indicadores de Desempenho da G3 e Indicadores de Desempenho do Suplemento Setorial – Resultado	Responder a um mínimo de 10 indicadores de desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: social, econômico e ambiental.		Responder a um mínimo de 20 indicadores de desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: econômico, ambiental, dir. humanos, práticas trabalhistas, sociedade e responsabilidade pelo produto.		Responder a cada indicador essencial da G3 e do suplemento setorial com a devida consideração ao princípio da materialidade de uma das seguintes formas: a) respondendo ao indicador b)explicando o motivo da omissão	

	Indicadores GRI 3	Página
	Estratégia e Análise	
1.1	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão na organização (como diretor-presidente, presidente do conselho de administração ou cargo equivalente) sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia.	4
1.2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.	4
2	**Perfil Organizacional**	
2.1	Nome da organização	3
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços	9
2.3	Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e joint ventures.	5,7
2.4	Localização da sede da organização.	34
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.	N/A*
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade.	3
2.7	Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários).	34
2.8	Porte da organização.	3
2.9	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referente a porte, estrutura ou participação acionária, incluindo: localização ou mudanças nas operações, inclusive abertura, fechamento e expansão de unidades operacionais; mudanças na estrutura do capital social e outra formação de capital, manutenção ou alteração nas operações (para organizações do setor privado).	30
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório.	26
3	**Parâmetros para o Relatório**	
3.1	Período coberto pelo relatório (como ano contábil/civil) para as informações apresentadas.	3
3.2	Data do relatório anterior mais recente (se houver).	3
3.3	Ciclo de emissão de relatórios (anual, bianual, entre outros.).	3
3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo.	3
3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório.	3
3.6	Limite do relatório (como países, divisões, subsidiárias, instalações arrendadas, joint ventures e fornecedores).	3
3.7	Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório.	3

	Indicadores GRI 3	Página
3.8	Base para a elaboração do relatório no que se refere a joint ventures, subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras organizações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizações.	55
3.9	Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos, incluindo hipóteses e técnicas, que sustentam as estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e outras informações do relatório.	5
3.10	Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (como fusões ou aquisições, mudança no período ou ano-base, na natureza do negócio e em métodos de medição).	55
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
3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório.	2
3.13	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório.	3
	Governança, Compromisso e Engajamento	
4.1	Estrutura 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.	30,32
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).	31
4.3	Para organizações com uma estrutura de administração unitária, declaração do número de membros independentes ou não-executivos do mais alto órgão de governança.	30
4.4	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou deem orientações ao mais alto órgão de governança.	32
4.6	Processos em vigor no mais alto órgão de governança para assegurar que conflitos de interesse sejam evitados.	31
4.7	Processo para determinação das qualificações e conhecimento dos membros do mais alto órgão de governança para definir a estratégia da organização para questões relacionadas aos temas econômicos, ambientais e sociais.	30,32
4.8	Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes para o desempenho econômico, ambiental e social, assim como o estágio de sua implementação.	7

Indicadores GRI 3		Página
4.9	Procedimentos do mais alto órgão de governança para supervisionar a identificação e gestão por parte da organização do desempenho econômico, ambiental e social, incluindo riscos e oportunidades relevantes, assim como a adesão ou conformidade com normas acordadas internacionalmente, códigos de conduta e princípios.	32
4.10	Processos para a autoavaliação do desempenho do mais alto órgão de governança, especialmente com respeito ao desempenho econômico, ambiental e social.	31
4.11	Explicação de como a organização aplica o princípio da precaução.	10
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.	29
4.13	Participação em associações (como federações de indústrias) e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa em que a organização: possui assento em grupos responsáveis pela governança corporativa; integra projetos ou comitês; contribui com recursos de monta além da taxa básica como organização associada e considera estratégica sua atuação como associada.	33
4.14	Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização.	33
4.15	Base para a identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar.	33
4.16	Abordagens para o engajamento dos stakeholders, incluindo a frequência do engajamento por tipo e por grupos de stakeholders.	33
	Desempenho Econômico	
EC01	Valor econômico direto gerado e distribuído na sociedade	36
EC02	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização devido à mudanças climáticas.	N/A
EC03	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece.	36
EC04	Ajuda financeira significativa recebida do governo.	N/A
EC05	Variação da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local em unidades operacionais importantes.	37
	Desempenho Ambiental	
EN01	Materiais usados por peso ou volume.	37
EN02	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem.	37
EN03	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária.	37
EN04	Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária.	N/A
EN06	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia, ou que usem energia gerada por recursos renováveis, e a redução na necessidade de energia resultante dessas iniciativas.	22

Indicadores GRI 3		Página
EN07	Iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta e as reduções obtidas.	N/A
EN09	Fontes que tenham sido afetadas significativamente pela captação de água.	N/A
EN10	Porcentagem e volume total de água reutilizada.	N/A
EN11	Descrição de terrenos adjacentes ou dentro de áreas naturais protegidas, ou em áreas de alta biodiversidade.	N/A
EN12	Descrição de impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços em áreas protegidas e em áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas.	N/A
EN13	Habitats protegidos ou restaurados.	N/A
EN14	Estratégias, medidas em vigor e planos futuros para a gestão de impactos na biodiversidade.	N/A
EN15	Número de espécies, discriminadas de acordo com seu risco de extinção, incluindo a Lista Vermelha da IUCN e listas nacionais e cujos habitats estão nas áreas afetadas pelas operações de acordo com o grau de ameaça à espécie.	N/A
EN17	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa, por peso.	N/A
EN19	Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio, por peso.	N/A
EN20	NO, SO e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e peso.	N/A
EN21	Total de águas residuais de dumping, de acordo com sua natureza e destino.	N/A
EN23	Número e volume total de derramamentos significativos.	N/A
EN24	Peso dos resíduos transportados, importados, exportados ou tratados considerados perigosos nos termos da Convenção de Basileia, os anexos I, II, III e VIII, e o percentual de resíduos transportados internacionalmente.	N/A
EN25	Identificação, tamanho, status e valor da biodiversidade dos recursos hídricos e habitats relacionados significativamente afetados por descartes de água e de escoamento da organização relatora.	N/A
EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e a extensão da redução desses impactos.	N/A
EN27	Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto.	N/A
EN28	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos ambientais.	37
EN30	Total de investimentos e gastos em proteção ambiental, por tipo.	37

Indicadores GRI 3		Página
	Desempenho Social **Práticas laborais e trabalho digno**	
LA1	*Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região.*	*39*
LA2	*Número total e taxa de rotatividade de empregados, por faixa etária, gênero e região.*	*39*
LA3	*Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações.*	*N/A*
LA4	*Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva.*	*41*
LA5	*Prazo mínimo para notificação com antecedência referente à mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento está especificado em acordos de negociação coletiva.*	*N/A*
LA6	*Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde, compostos por gestores e por trabalhadores, que ajudam no monitoramento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional.*	*N/A*
LA7	*Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região.*	*41*
LA9	*Temas relativos à segurança e saúde cobertos por acordos formais com sindicatos.*	*N/A*
LA10	*Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional.*	*44*
LA11	*Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários e para gerenciar a carreira.*	*44*
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.*	*43*
LA14	*Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional.*	*44*
	Direitos Humanos	
HR01	*Percentual e número total de contratos de investimentos significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos á avaliações referentes a direitos humanos.*	*45*
HR02	*Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos à avaliações referentes a direitos humanos e às medidas tomadas.*	*45*
HR4	*Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas.*	*45*
HR6	*Operações identificadas como de risco potencial de incidentes de exploração infantil.*	*45*

Indicadores GRI 3		Página
HR7	*Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo, e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo.*	*45*
HR9	*Número total de casos de violação de direitos dos povos indígenas e medidas tomadas.*	*N/A*
	Sociedade	
SO1	*Natureza, escopo e eficácia de quaisquer programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída.*	*N/A*
SO2	*Percentual e número total de unidades de negócios submetidas à avaliações de riscos relacionados à corrupção.*	*45*
SO3	*Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização.*	*45*
SO4	*Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção.*	*45*
SO5	*Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e lobbies.*	*45*
SO7	*Número total de ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados.*	*45*
SO8	*Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes da não-conformidade com leis e regulamentos.*	*45*
	Responsabilidade pelo produto	
PR2	*Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos causados por produtos e serviços na saúde e segurança durante o ciclo de vida, discriminados por tipo de resultado.*	*N/A*
PR3	*Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem, e o percentual de produtos e serviços sujeitos a tais exigências.*	*N/A*
PR5	*Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que medem essa satisfação.*	*44*

Indicadores Setoriais – Suplemento Setor Financeiro

	Indicadores Setoriais G3	Página
FS1	*Políticas com componentes ambientais e sociais específicos aplicadas às linhas de negócios.*	*9,10*
FS2	*Procedimentos para avaliação e classificação de riscos ambientais e sociais nas linhas e negócios.*	*9,10*
FS3	*Processos para o monitoramento da implantação por parte do cliente do cumprimento de exigências ambientais e sociais incluídas em contratos ou transações.*	*9,10*
FS4	*Processo(s) para melhorar a competência do pessoal na implantação das políticas e procedimentos ambientais e sociais aplicados nas linhas de negócios.*	*9,10*
FS5	*Interações com clientes / investidores / parceiros comerciais em relação a riscos e oportunidades ambientais e sociais.*	*9,10*
FS16	*Iniciativas para melhorar a educação financeira por tipo de beneficiário.*	*23*

*N/A= Não se aplica

Considerações Finais

Mais um ano, tornamos públicas nossas ações no que diz respeito às práticas sustentáveis que desenvolvemos e apoiamos. E a cada ano, temos aperfeiçoado e aprimorado nosso modo de agir, sempre com a mesma premissa de sermos cada vez mais éticos, conscientes e responsáveis no que fazemos.

No Relatório de Sustentabilidade de 2011, procuramos melhorar os nossos processos de monitoramento dos indicadores e, como resultado, passamos do nível C para o nível B de aplicação dos Indicadores GRI. Ainda consideramos que podemos melhorar a aplicação da Sustentabilidade no nosso dia a dia, para que possamos atingir níveis mais altos e objetivos mais ousados.

Esse Relatório vem confirmar que o nosso comprometimento com o mundo mais justo e com a sustentabilidade nos seus aspectos ambiental, social e econômico, é uma questão de honra para todos no SIM que estão engajados nessa mesma causa.

Os desafios continuam, assim como o desejo de seguir em frente com o mesmo propósito. E assim, caminhamos dia a dia em tudo que fazemos. Porque 'Juntos, o Futuro Vale Mais'.

Ficha Técnica

Relatório de Sustentabilidade Banco Triângulo S/A referente ao período de janeiro a dezembro de 2011. Estamos em processo de planejamento para inclusão das empresas Tricard e Tribanco Seguros.

Coordenação:

Fernanda Canesin – Governança Corporativa e Sustentabilidade

Thaís Naves Tannús – Governança Corporativa e Sustentabilidade

Contribuições:

Adriany Braga de Paiva
Alessandra Fidelis Costa
Alessandra Rosa Ribeiro
Ana Paula Ferreira Franca
Anderson da Silva Gomes
Andreia Cali Cardoso
Andres Crosara F. dos Santos
Anna Cláudia de Carvalho
Cássia Dourado Aguiar Amaral
Christina Testa Marques
Cláudia Costa Farnesi
Daniel Fernandes Lourenço
Daniel Lasmar de Faria
Dimas Manoel Leonardo Neto
Edna Sayuri Kimura Nomura
Eliana Fernandes Nunes Pacheco
Elisângela Rodrigues
Ericson Souza Sobrinho
Felipe Viana Campos
Gislene Arduini Chagas Freitas
Janderson de Miranda Facchin
Jaquelaine Oliveira de Araújo
Juliana Donato Hernandez Rustice
Juliana Lopes Leite
Kallina Vivas Ferreira
Karina Klebanovycz Suzuki
Leila Silva de Oliveira
Liliane Silva de Oliveira
Lívia de Oliveira Vilela
Lívia Silveira Gomide
Luciana Maria dos Santos
Luciana Maria Neves
Marco Antônio Tomaz de Oliveira
Maria José Queiroz Campos
Marly Teixeira de Moraes
Max Estevan de Moraes Silva
Pedro Marcos Magazoni
Rachel Ferreira dos Santos
Raquel Gonçalves Lucas
Samuel Junqueira Eloy
Sílvio Cury Boaventura
Suely Emiko Fujita Gonsalez
Tathiana Souza Carvalho de Freitas
Thiago Alves Silva
Valdeci Medeiros de Araújo
Valdeir Ricardo de Oliveira

Agradecimentos:

Antônio Adriano Andrade da Silveira
Cristine Luise Handel
José Carlos dos Santos
Olinda da Costa Almeida
Pauliane Messias Câmara
Rafaela Cristina Souza

Revisão:

Adriany Braga de Paiva
Anna Cláudia de Carvalho
Cristine Luise Handel
Fernanda Canesin
Thaís Naves Tannús

Redação:

Carolina Portilho (MTB: MG06836 JP)

Projeto Gráfico:

Fator Publicidade

Tiragem em CD:

500 exemplares

Disponível por meio digital em:

www.tribanco.com.br

Para dúvidas, comentários e sugestões, entre em contato conosco:

Núcleo de Sustentabilidade Tribanco
e-mail: sustentabilidade@tribanco.com.br
Telefone: (+55 34) 3256 7391

Central de Operações

Consultas e informações de operações
Solicitações de DOC/TED
Pagamentos e Solicitações de Produtos e Serviços
Cobrança (Boletos com até 90 dias de atraso)

0800 979 33 55
3003 3366*
De segunda a sexta-feira, das 7h30 às 20h, exceto feriados

***Custo da ligação - ligações originadas de celular nas Capitais e Regiões Metropolitanas**

SAC - Serviços de Atendimento ao Cliente

Elogios, reclamações, sugestões e cancelamentos

0800 727 12 47

Ouvidoria

0800 727 40 17

A Ouvidoria Tribanco tem a missão de auxiliar os clientes e usuários dos serviços e produtos, sempre que for necessária a revisão de atendimentos já registrados na Central de Negócios ou SAC. Ao entrar em contato com a Ouvidoria, tenha em mãos o seu número de protocolo de atendimento da Central de Negócios SAC.
Atendimento Ouvidoria: de segunda a sexta-feira, exceto feriados, das 10h às 16h (horário de Brasília).

MARTINS
SISTEMA INTEGRADO MARTINS

TRIBANCO
O Banco que investe no varejo

IAMAR
Instituto Alair Martins

Avenida Cesário Alvim, 2209 - Bairro Aparecida - CEP 38400 - 696 - Uberlândia/MG