

## **Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas**

### **AS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS EM UMA NOVA ERA DE NEGÓCIOS COM BASE NA ECONOMIA VERDE**

Elisabete Rechmann, Rosi Maria Prestes, Nathalia Berger Werlang, Rosiane Oswald Flach e Fabiane Favretto

#### **RESUMO**

O objetivo deste trabalho foi entender como atuam as instituições financeiras dos municípios pertencentes à Secretaria de Desenvolvimento Regional de Itapiranga – SC sob o ponto de vista Socioeconômico e Ambiental. A pesquisa foi realizada nas instituições financeiras e seus clientes-associados que atuam nos cinco municípios pertencentes à Secretaria de Desenvolvimento Regional (SDR) de Itapiranga – SC que são eles: Itapiranga, Iporã do Oeste, Santa Helena, São João do Oeste e Tunápolis. A população da pesquisa contou com o total de nove agências e cinco postos de atendimentos. A pesquisa foi de cunho qualitativo e descritivo. Como instrumento de coleta de dados utilizou-se entrevista com os clientes e um gerente utilizando as questões pré-elaboradas e para os demais gerentes destes foi enviada as questões e estas respondidas através de meio eletrônico. Entende-se que as instituições possuem uma forte atuação na área social e ambiental, promovendo ações no âmbito nacional e também regional, porém possuem dois aspectos problemáticos, sendo um a falta de envolvimento de seus clientes e a má divulgação de ações para eles, e o outro a falta de indicadores para medir a participação, aderência dos clientes às ações. Importante destacar a necessidade de criar mecanismos de aproximação entre as ações das instituições financeiras e seus clientes considerando que a tendência a nível mundial é a expansão da Economia Verde frente a uma nova era de Negócio na qual isso se torna um fator fundamental de sobrevivência no mercado.

**Palavras-chave:** Responsabilidade socioambiental, Desenvolvimento Sustentável e Instituições Financeiras.

#### **ABSTRACT**

The aim of this study was to understand how financial institutions operate in the municipalities belonging to the Department of Regional Development Itapiranga - SC from the point of view Socioeconomic and Environmental. The survey was conducted on financial institutions and their customers associated with operating in five counties belonging to the Department of Regional Development (SDR) Itapiranga - SC that they are: Itapiranga, Iporã do Oeste, Santa Helena, São João do Oeste and Tunápolis. The research population included a total of nine branches and five posts of visits (three belong to Sicoob Creditapiranga and two of Sicoob Oestecredi). The nature of the research was qualitative descriptive. As an instrument of data collection was used interviews with clients and manager using the pre - prepared questions and the other managers due to lack of time was sent these questions and they answered by electronic means. Therefore means that institutions have a strong presence in the social and environmental actions promoting at national and regional level also, but have two problematic aspects, one is the lack of involvement of their clients and poor dissemination of actions for them, and the other is the lack of indicators to measure participation, adherence to customer actions. It is important to highlight the need to create mechanisms to bring together the actions of financial institutions and their customers considering that the trend worldwide is expanding green

economy facing a new era of business in which it becomes an essential survival factor in the market.

**Keywords:** Social and Environmental Responsibility, Sustainable Development and Financial Institutions.

## 1 INTRODUÇÃO

A responsabilidade ambiental e social é um tema comumente abordado na atualidade. Há anos, inúmeras reuniões, cúpulas em torno da questão ambiental e social vem sendo realizadas no intuito de buscar soluções que não afetem a produtividade das organizações e ao mesmo tempo melhore as condições de vida das pessoas e respeitando o meio ambiente.

Neste contexto surge a ideia de desenvolvimento sustentável que conforme Dias (2007), com base na Assembleia Geral das Nações Unidas que divulgou o Relatório Brundtland (Nosso Futuro Comum), significa o crescimento e desenvolvimento da nação visando atender as necessidades das gerações atuais sem comprometer as gerações futuras.

Portanto, implantar estratégias voltadas para o meio ambiente trouxe um conceito de uma economia baseada na preservação ambiental, a chamada economia verde que segundo Pavese (2011) é aquela que resulta da igualdade social e uma melhoria do bem-estar humano, atendendo ao mesmo tempo uma redução de riscos ambientais e as insuficiências ecológicas.

A Economia Verde está ligada à implantação da Política de Gestão Ambiental, assim como a Logística reversa, as quais têm influência direta na economia das entidades. A gestão ambiental é segundo Dias (2007), a gestão que orienta suas atividades para evitar possíveis problemas para o meio ambiente, ou seja, para que os danos ou efeitos para o ambiente não ultrapasse a sua capacidade de carga. A logística reversa por sua vez refere-se a todas as operações com relação à reutilização de produtos e materiais, juntando atividades como: coletar, desmontar e processar para garantir a reutilização de materiais ou produtos usados de forma sustentável.

Desta forma, justifica-se a importância deste trabalho visto que os temas ambientais e sociais são muito discutidos no âmbito global, as preocupações com estes assuntos não são recentes, no entanto vem ganhando maior destaque nas últimas décadas. As empresas pouco fazem na prática, do contrário não haveria tantos problemas ambientais e também sociais. (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009). As instituições financeiras, objeto desta pesquisa, na maioria das vezes disponibilizam os recursos para as empresas investirem e ampliarem os seus negócios.

Portanto, entender o papel instituições financeiras as quais na maioria das vezes disponibilizam os recursos para as empresas investirem e ampliarem os seus negócios se torna importante, uma vez que, este é um setor que atua fortemente nos municípios pertencentes à Secretaria de Desenvolvimento Regional de Itapiranga – SC. E por isso pesquisar quais as suas ações e sua forma de agir perante o desenvolvimento sustentável e a responsabilidade socioambiental nas cidades em que operam torna-se de grande relevância tendo em vista um contexto de sustentabilidade na contribuição direta com a sociedade.

Sendo assim, o objetivo desta pesquisa é entender como atuam as instituições financeiras dos municípios pertencentes à Secretaria de Desenvolvimento Regional de Itapiranga – SC sob o ponto de vista Socioeconômico e Ambiental.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este tópico apresentará o referencial teórico, o qual dará um suporte para esta pesquisa. Levando em consideração que quando se tem um conhecimento mais amplo acerca do tema, fica mais fácil seu estudo e compreensão.

### 2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Barbieri e Cajazeira (2009) afirmam que muito do que é falado e feito sobre as questões ambientais se deve a inúmeros estudos e publicações referente ao tema, e estes passaram a serem feitos com mais frequência a partir da década de 1970. Diz ainda que a questão social também era abordada, porém com um olhar de filantropia e não de responsabilidade social.

Segundo Dias (2007) em 1968 houve três encontros fundamentais que auxiliaram para enfrentar os problemas ambientais na década de 70 e posteriores. O primeiro foi em abril de 1968, onde se reuniram em Roma, Itália, para discutir os dilemas atuais e futuros do homem, pessoas de dez países, entre cientistas, educadores, governantes, empresários. O segundo foi à decisão da Assembleia das Nações Unidas, de realizar em 1972, na cidade de Estocolmo, na Suécia, uma Conferência Mundial sobre Meio Ambiente Humano. E o terceiro, foi em setembro de 1968 quando a UNESCO promoveu em Paris, uma conferência sobre conservação e o uso racional dos recursos da biosfera, servido este para em 1971 o lançamento do Programa Homem e a Biosfera (MAB).

O conceito de desenvolvimento sustentável, conforme Dias (2007) foi elaborado na Assembleia Geral das Nações Unidas onde foi divulgado o chamado Relatório Brundtland (Nosso Futuro Comum), ele defende a ideia de um crescimento e desenvolvimento visando atender as necessidades das gerações atuais sem comprometer as gerações futuras.

Em consonância com o autor supracitado, o desenvolvimento sustentável nas organizações, apresenta três dimensões: econômica, social e ambiental,

Sobre a dimensão econômica, a sustentabilidade presume que as empresas têm que ser economicamente viáveis. Seu papel na sociedade deve ser cumprido levando em conta que ela deve dar retorno ao investimento realizado pelo capital privado. (DIAS, 2007)

No âmbito social, Dias (2007, p. 40) afirma que “a empresa deve satisfazer aos requisitos de proporcionar as melhores condições de trabalho aos seus empregados, procurando contemplar a diversidade cultural existente na sociedade em que atua [...]” sendo também dever da empresa dar oportunidades de trabalho aos deficientes em geral, além de participar das atividades socioculturais da comunidade onde está inserido.

De acordo com Souza *et al.* (2011), ao longo das últimas décadas inúmeros encontros e conferências foram realizados entre países que mostram sua preocupação com as questões ambientais, e principalmente com os impactos cada vez maiores causadas pelo avanço da indústria.

Uma nova era de negócios está sendo vivenciada neste período, a qual se volta para o meio ambiente, exigindo preservação dos recursos naturais colocando, desta forma, as organizações no compromisso de crescer economicamente, mas com atenção voltada para uma economia verde.

## 2.2 ECONOMIA VERDE

A economia verde segundo Pavese (2011) é aquela que resulta da igualdade social e uma melhoria do bem-estar humano, atendendo ao mesmo tempo uma redução de riscos ambientais e as insuficiências ecológicas.

Algumas empresas vêm implantando a gestão verde que de acordo com Misoczky e Böhm (2012) é um processo organizacional que consiste em aplicar inovação em busca de sustentabilidade, responsabilidade social e vantagens competitivas por meio de contínua aprendizagem e desenvolvimento. Há uma grande expectativa por parte dos gestores para que suas organizações conduzam seus negócios para proteger a natureza adquirindo competências verdes.

Conforme Pearson (2011, p.105) “As iniciativas de gestão global e regional têm cooperado para amenizar os problemas ambientais. No entanto, os resultados podem ser pífios se não houver compromisso com o nível nacional”. Cada cidadão deve buscar amenizar os impactos ambientais de seu local de trabalho e na sociedade em geral.

Para Dias (2007) a implantação do Sistema de Gestão Ambiental, enfrenta dificuldade nas organizações, pois requer a alocação de recursos financeiros e humanos em busca de atender as normas da ISO 14000, além da manutenção deste sistema que também é bastante oneroso para as organizações em relação aos seus volumes de negócios. No entanto ela é necessária para toda a organização independente do porte devido à exigência dos consumidores.

Markoski, *et al.* (2012) complementam afirmando que a Gestão Ambiental é cada vez mais importante nas empresas devido às pressões externas que as mesmas sofrem no intuito de que as mesmas criem

uma consciência ambiental e minimizem seus impactos ambientais, em busca de sustentabilidade. No entanto o mesmo ressalta que há muito a ser mudado, pois a sociedade consumista produz muito lixo que precisa voltar ao seu lugar de origem.

Segundo Markoski, *et al.* (2012), o produto deve apresentar em sua concepção a volta de seus resíduos para a indústria em forma de matéria-prima para novos produtos. Desta maneira evita-se a agressão dupla ao meio ambiente, evitando que os resíduos sejam despejados na natureza, e menor retirada de insumos do ambiente.

Todas estas medidas adotadas pelas empresas devem-se a pressão externa de mercado ou dos *stakeholders* das organizações que optam em implantar uma estratégia voltada para a economia verde implementando a gestão ambiental e a logística reversa. Outra estratégia adotada por algumas organizações é o marketing verde. Enoki *et al.* (2008) afirmam que o marketing verde tem a escopo de criar uma necessidade nos consumidores, e conquistar um grupo específico de pessoas.

Diante do contexto atual a questão ambiental tornou-se um fator de competição entre as entidades, bem como, de melhorias em processos e produtos, influenciando fortemente na economia verde, exigindo um maior compromisso destas com a sociedade através da responsabilidade socioambiental.

### 2.3 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

Até meados da década de 1990, as questões ambientais e sociais eram tratadas de forma separada cada qual com suas especificações e normas. Abdala e Takimura (2012) observam que essas questões se fundiram com o surgimento do desenvolvimento sustentável que as uniu ainda ao fator econômico das organizações. Destacam ainda que os grupos interessados nas organizações passaram a exigir além de lucros e empregos, também preocupação com as questões ambientais e sociais, pois tudo esta interligado.

Conforme Ribeiro *et al.* (2009), estudos sobre os impactos ambientais e formas de minimiza-los são desenvolvidos em diversas áreas, incluindo a área de negócios, em especial os setores ponderados como sendo os mais poluidores. Isto se deve a busca constante de ações mitigadoras da deterioração do meio socioambiental, através do estudo de causa e efeito, para chegar-se a empresas sustentáveis. De acordo com Oliveira e Júnior (2007), as empresas muitas vezes enfrentam o problema de não saberem onde enquadrar a responsabilidade social em suas estratégias e definir uma mensuração para a mesma. Os autores explicam que o mesmo ocorre no que diz respeito à questão ambiental, pois antes era apenas uma preocupação da produção, mas tornou-se uma função da alta administração, virando um dos principais objetivos das organizações. Desta forma é preciso associar a Responsabilidade Socioambiental com a missão da empresa, definindo valores socioambientais, princípios e formalizar uma política específica. (MANCINI *et al.*, 2003)

Complementado Abdala e Takimura (2012), comentam de que a sociedade esta cada vez mais consciente em relação ao meio ambiente e necessidades sociais, cobrando uma nova postura das empresas com relação a estes aspectos. Uma empresa sustentável passa a ser associada a bons resultados, e a uma sobrevivência duradoura e lucrativa que atende às aspirações dos consumidores. Assim a responsabilidade socioambiental esta cada vez mais presente no cotidiano das empresas dos mais variados setores da economia, incluindo de forma direta as instituições financeiras.

### 2.4 INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Com relação ao meio ambiente e ao desenvolvimento sustentável as instituições financeiras no mundo inteiro vêm se mobilizando e tomaram importantes decisões com relação a este tema, no Brasil de acordo com Dias (2007) destaca-se a assinatura do Protocolo Verde, um documento firmado entre o Governo e bancos oficiais brasileiros.

O autor destaca ainda que o documento representa a incorporação do viés ambiental na concessão de crédito e benefícios fiscais, com o intuito de evitar que estes sejam concedidos para empresas ou atividades que prejudiquem o meio ambiente.

As instituições financeiras bancárias classificam-se em públicas, privadas e cooperativas de crédito, as quais serão explicadas respectivamente a seguir: classificam-se em bancos privados, bancos

públicos e cooperativas de crédito. São elas: Banco do Brasil, Banco Bradesco, Caixa Econômica Federal, Sicoob Creditapiranga, Sicoob Oestecredi e Sicredi.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa enquadra-se como teórico-empírica, já que em seu desenvolvimento deste projeto foram utilizados dados secundários e coleta dados primários em pesquisa de campo. Para Rampazzo e Corrêa (2008), os dados secundários são os que já foram coletados, tabulados, ordenados e analisados em outras pesquisas e os dados primários são aqueles que ainda não foram coletados. Estes dados foram produzidos através da pesquisa as entidades financeiras entrevistadas.

A pesquisa de cunho qualitativa e descritiva, utilizou-se da técnica de levantamento ou *survey* para a coleta de dados. Conforme Prodanov e Freitas (2009) se caracteriza pela interrogação direta das empresas cujo comportamento se deseja conhecer através de algum tipo de questionário. Procede-se à solicitação de informações a um grupo de empresas sobre o problema estudado para, em seguida, mediante análise qualitativa, obter as conclusões correspondentes aos dados coletados.

A coleta de dados foi dividida em duas etapas. A primeira etapa consistiu na aplicação de um questionário fechado com perguntas claras e objetivas a pessoas de diversas faixas etárias, residentes nos municípios em estudo. A segunda etapa do levantamento dos dados primários consistiu na aplicação de entrevista estruturada.

As questões estudadas no ambiente não tiveram qualquer tipo de manipulação por parte do pesquisador. Os dados coletados nesta pesquisa são descritivos e retratam o maior número possível de elementos existentes na realidade das empresas estudadas. A pesquisa qualitativa preocupa-se muito mais com o processo do que com o produto. (PRODANOV; FREITAS, 2009)

A pesquisa foi realizada nas instituições financeiras e seus clientes-associados, atuantes nos cinco municípios pertencentes à Secretaria de Desenvolvimento Regional (SDR) de Itapiranga – SC que são eles: Itapiranga, Iporã do Oeste, Santa Helena, São João do Oeste e Tunápolis. Estas, classificam-se em bancos privados, bancos públicos e cooperativas de crédito. São elas: Banco do Brasil, Banco Bradesco, Caixa Econômica Federal, Sicoob Creditapiranga, Sicoob Oestecredi e Sicredi.

A população da pesquisa conta com o total de nove agências e cinco postos de atendimentos (três pertencem a Sicoob Creditapiranga e duas da Sicoob Oestecredi), os postos também foram abordados na pesquisa por possuírem uma estrutura própria, incluindo gerentes próprios. Cabe destacar que, a presente pesquisa previa inicialmente a participação de todos os gerentes, mas alguns diretores de outras instituições não retornaram aos contatos feitos. Sendo assim, está pesquisa contou com quatro agências e três postos de atendimento das referidas instituições financeiras.

Com relação aos clientes foram entrevistadas 05 pessoas de cada agência e postos, perfazendo um total de 70 participantes da pesquisa. Os clientes entrevistados foram escolhidos de forma não probabilística, intencional e por conveniência. Gil (1999, p. 104) descreve que este modelo de amostragem “constitui o menos rigoroso de todos os tipos de amostragem, por isso mesmo é destituída de qualquer rigor estatístico. O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo”. Sendo assim a amostra foi o número total de respondentes, ou seja, uma amostra de 70 pessoas.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi à entrevista semiestruturada. Prodanov e Freitas (2009), afirmam que a entrevista trata-se da obtenção de informações sobre determinado tema ou problema, vindas de um entrevistado. Afirmam ainda que a mesma é realizada sempre face a face (entrevistador mais entrevistados).

Cabe destacar que inicialmente havia sido pensado na realização de entrevista conforme consta acima, porém apenas o Banco do Brasil retornou e foi realizada a entrevista os demais devido à falta de retorno e tempo para agendar um horário optou-se em enviar as questões pré-elaboradas, para os gerentes e estes retornarem respondida por meio eletrônico.

Além disso, com relação aos clientes estes foram entrevistados diretamente utilizando questões pré-elaboradas, selecionando a amostra de forma aleatória e voluntária.

Os dados foram analisados com base na interpretação dos dados das questões pré-elaboradas obtidos junto às entidades financeiras e aos seus clientes. Além disso, foram utilizadas bibliografias e outros dados secundários, bem como, a construção de gráficos e quadros para a discussão dos resultados.

#### 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados e analisados os dados coletados na pesquisa com os gerentes e também com os clientes das instituições financeiras.

##### 4.1 AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRA

As instituições financeiras possuem, de acordo com os entrevistados, o compromisso com o desenvolvimento sustentável formalmente inserido em seu planejamento estratégico através de sua missão, visão, princípios ou em outros pilares. O Gerente A, salienta que a instituição possui o desenvolvimento sustentável inserido em três pilares diferentes, sendo elas “FINANÇAS SUSTENTÁVEIS: com a inclusão bancária, variáveis socioambientais para a concessão de crédito e oferta de produtos. GESTÃO RESPONSÁVEL: a valorização dos colaboradores, melhoria no ambiente de trabalho e práticas eco eficientes e INVESTIMENTOS SOCIOAMBIENTAIS: em educação, meio ambiente, cultura e esportes”.

O Gerente B explica que esse compromisso consta na missão da organização, que diz “atuar na promoção da cidadania e do desenvolvimento sustentável do país, como instituição financeira, agente de políticas públicas e parceira estratégica do Estado brasileiro”. Da mesma maneira o gerente F, também explica que o mesmo consta na missão da instituição. Já os gerentes C, D e E explicam que em sua instituição o compromisso com o desenvolvimento sustentável está contemplado no planejamento estratégico, nos seus princípios, na missão e na visão, ou seja, em todas as esferas.

O gerente G complementa dizendo que esse compromisso está inserido tanto na missão quanto na visão da empresa. O mesmo afirma que “o banco reforça muito a questão da sustentabilidade de uma forma permanente e sustentável de longo prazo em consonância com a natureza e meio ambiente, e também cumprir a função pública com eficiência”. E esclarece expondo que “no dia-a-dia tentamos, de certa forma implementar estas ações pra que isso se comprove realmente na pratica”.

Em relação, a questão que arguiu os entrevistados sobre quais as ações realizadas por suas instituições e de que forma estas acontecem, percebeu-se que há dois tipos de ações, sendo que uma refere-se aquelas realizadas cumprindo a legislação vigente e normas existentes, já as outras tratam das realizadas por iniciativa própria de cada instituição com investimentos no social e ambiental privado. Desse modo os entrevistados citaram inúmeros exemplos de ações realizadas pelas suas organizações conforme Quadro 01.

**Quadro 1:** Ações desenvolvidas pelas instituições financeiras.

Gerente	Ação	Como ela Acontece
---------	------	-------------------

A	<p>1-Fundação Amazonas Sustentável (FAS), e dentro deles há vários subprojetos. 2-Fundação Bradesco</p>	<p>1- É uma instituição criada a partir de uma parceria entre a iniciativa privada - o Bradesco - e o poder público - o governo do estado do Amazonas. O montante destinado à Fundação Amazonas Sustentável advém da venda de produtos voltados à iniciativa, como cartões de crédito e títulos de capitalização. 2- A Fundação nasceu com o objetivo de proporcionar educação e profissionalização para crianças, jovens e adultos e foi a ação pioneira de investimento social da Organização. Mantém 40 escolas, instaladas em regiões de acentuadas carências socioeconômicas, beneficiando alunos em cursos de Educação Básica, Educação de Jovens e Adultos e na Formação Inicial e Continuada voltada à geração de emprego e renda, além de disponibilizar CIDs - Centros de Inclusão Digital. Sendo sua principal fonte os dividendos que recebe de sua participação como acionista do Banco. Para os cerca de 47mil alunos da Educação Básica, além do ensino formal, há garantias de alimentação, assistência médico-odontológica, material escolar e os uniformes.</p>
B	<p>1-Fundo Socioambiental CAIXA. 2- Gestão Ambiental Interna.</p>	<p>1-O Fundo Socioambiental (FSA CAIXA) busca apoiar financeiramente projetos e investimentos de caráter social e ambiental. O Fundo tem como objetivo consolidar e ampliar a atuação do CAIXA no incentivo a ações que promovam o desenvolvimento sustentável e é composto por recursos correspondentes a até 2% do lucro da empresa. 2-A CAIXA obteve resultados significativos na redução de desperdícios, racionalização no uso de recursos naturais e energéticos, além do estabelecimento de meios para mobilizar e disseminar a prática da sustentabilidade entre os empregados. A gestão ambiental dos processos internos está voltada para a conscientização e participação dos empregados e para a promoção do consumo sustentável de recursos naturais e de materiais deles derivados.</p>
C, D e E	<p>1-Projeto Sacola Retornável. 2-Projeto Eco Comunidade 3-Projeto Mulher A1</p>	<p>1-Um projeto em conjunto com as associações comerciais onde cada família dos municípios de nossa abrangência receberam e continuando recebendo uma sacola retornável, para evitar a distribuição de sacolinhas plásticas. 2-Em parceria com a Bauzil de Iporã do Oeste, que tem como objetivo transformar o óleo de cozinha em sabão. Nesse projeto, as pessoas colocam esse óleo em garrafas pet e levam aos pontos de recolha da sua comunidade. A recolha nos pontos é feita pela Bauzil, que transforma esse óleo em sabão. 3- No projeto Mulher A1/Sicoob as mulheres se reúnem 3 vezes ao ano. Nesses encontros aprendem sobre práticas dos dia-a-dia, cuidados pessoais, palestras e atividades para desenvolverem nas propriedades e na comunidade.</p>

F	1-Projeto Mulher A1/Sicoob. 2-Regionalmente - outras pequenas atividades isoladas.	1- Projeto Mulher a1/Sicoob e realizado com mulheres associadas em parceria com a Cooper A1. 2-Realizadas em parceria com entidades e com a comunidade em geral.
G	1-Fundação Banco do Brasil. 2-Plano de Desenvolvimento Regional Sustentável (PDRS).	1- É um braço do banco, é onde ele trabalha com serviços sociais em várias cidades do Brasil, onde existe atuação da Fundação. Dentro do mesmo há um programa chamado BB Comunidade que atua, por exemplo, em São Miguel onde dezenas de crianças, são mais de 200 crianças que participam, participam do contra turno, onde o Banco, por intermédio da AABB, paga professores, material escolar, material para fazer atividades e também a alimentação. Portanto tudo é gratuito em convênio com a prefeitura. 2- Consiste na escolha de uma atividade, que seja uma atividade comum que tenha uma ideia de trabalho que até então não vinha sendo bem explorada ou estava de certa forma não sendo bem coordenada. O Banco traz uma metodologia chamada DRS que tem uma série de etapas, tem as premissas, tem a metodologia. O banco trabalha com preparação, estruturação e gestão. Ele reúne os seus parceiros e no caso de Itapiranga foi da Apicultura.

Fonte: Dados da Pesquisa (2013).

Houve uma mesma opinião com relação a todos os entrevistados, ao afirmarem que mais informações e ações poderiam ser pesquisas em seus respectivos sites e outras mídias, que são frequentemente usados pelas instituições para divulgar suas informações. Dessa maneira citaram apenas alguns programas desenvolvidos os quais constam no quadro acima.

Nesse contexto foi arguido aos entrevistados sobre a forma que ocorre a divulgação do compromisso com o desenvolvimento sustentável e se esta divulgação atende as expectativas da organização com relação aos seus clientes e a sociedade em geral. Com relação aos meios de divulgação, os gerentes A, B e G citaram a internet e a televisão para a divulgação de uma maneira mais macro nacional. Os gerentes C, D e E afirmam que seus maiores meios de comunicação utilizados são eventos, jornais, rádios, folders e pelos próprios clientes e colaboradores. Contudo o Gerente F possui uma visão contrária aos demais e afirma que o compromisso com o Desenvolvimento Sustentável é divulgado “pouco até o momento”. Desta forma pressupõe-se que deve haver algum problema na área de marketing dessa instituição.

É importante destacar que as empresas que possuem uma postura de responsabilidade socioambiental melhoram os seus processos internos de modo que não denigrem o meio ambiente, preocupa-se com seus funcionários dando lhes um bom ambiente de trabalho e condições dignas de viver, além de manter uma constante participação na vida da comunidade onde está inserida. Além disso, atentam-se aos seus colaboradores, tendo garantia de que estes também hajam de forma ecologicamente correta. Para trabalhar com seu outro público que são seus clientes, da mesma maneira são exigidos documentos específicos para a liberação de crédito. Entre os entrevistados apenas dois afirmaram que não há normas específicas que regulamentem a concessão de crédito sob o viés socioambiental, mas o Gerente D salienta que “existe a preocupação com o lado ambiental e com a sociedade, não queremos incentivar um projeto que pode ao invés de contribuir para um meio ambiente e uma sociedade mais limpa vai acabar destruindo os mesmos”. E o Gerente E divide a mesma opinião quando expõe que “sempre se procura orientar os associados a desenvolver seus projetos, pensando no lado socioambiental”.

O Gerente B explica que “atualmente uma empresa que não se preocupa com os fatores ambientais não se mantem no mercado, então as diferenças existem em relação a gestão destas normas, programas e criação de produtos. Uma empresa publica [...] é focada no social pois esse é seu principal papel, já

um banco privado além dos fatores sociais precisa dar resposta financeira aos seus acionistas e as cooperativas devem manter seu foco as necessidades dos seus cooperados”.

As cooperativas na visão dos Gerentes C, E e F possuem uma maior facilidade na implantação de qualquer ação devido a grande aderência de seus cooperados, pois as cooperativas estão mais presentes no dia-a-dia da comunidade na qual está inserida. E em relação às demais instituições Gerente E afirma que “outras instituições hoje estão trabalhando muito essa questão, com projetos maiores”.

Quanto ao tamanho das cidades os Gerentes possuem uma opinião parecida, onde esclarecem que não há especificamente diferença, pois de maneira geral são desenvolvidos projetos parecidos, com apenas algumas adequações a cada região e necessidades locais. Destacam apenas a diferença da proximidade do público com sua instituição financeira em cidades menores comparadas aos grandes centros, e também a questão da proporcionalidade, ou seja, nos grandes centros é necessário investimento maior, mas as empresas também são maiores e em cidades menores é exatamente o contrário.

#### 4.2 O PAPEL SOCIOAMBIENTAL DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS FRENTE À SOCIEDADE

Ao cumprir com seu papel socioambiental, é interessante a empresa entender a concepção dos seus clientes em relação ao mesmo. Pois após surgirem as primeiras preocupações voltadas para o meio ambiente e questão social, foram os clientes que exigiram uma postura diferente da organização, voltada para um crescimento com responsabilidade socioambiental.

Desse modo aplicou-se um questionário para clientes das instituições financeiras, com o intuito de identificar a percepção dos mesmos em relação às ações socioambientais realizadas pela sua instituição.

Desta maneira, pode-se observar que 53% dos entrevistados são do sexo masculino e 47% do gênero feminino. O que demonstra que não há muita diferença e que cada vez mais as mulheres ganham espaço inserindo-se na comunidade nas negociações bancárias.

Outro fator importante está relacionado a Faixa Etária, percebe-se que 33% dos entrevistados compõem a faixa etária de 15 a 25 anos, e outros 33% com faixa etária de 26 a 35 anos, somando se ao total de 66%. Isso significa, que a maior parte dos clientes das instituições financeiras é composta por jovens.

Em questão do nível de escolaridade, pode-se observar que quase metade dos entrevistados possuem o ensino médio completo, representando um total de 44%. Neste sentido observa-se que o nível de escolaridade dos entrevistados é alta, e assim para as instituições financeiras, significa que cada vez mais seus clientes ampliam seus conhecimentos, o que se torna um desafio para as mesmas, pois precisam atender bem esse público.

Após a fase de caracterização dos entrevistados, é importante saber o nível de envolvimento do cliente com sua instituição. De acordo com a pesquisa, a maioria dos entrevistados é cliente da instituição de 1 ano a 5 anos, representando 39%, logo em seguida com 30% estão os clientes de 5 a 10 anos, já 26% é cliente a mais de 10 anos e apenas 6% possui conta a menos de 1 ano. Observa-se que o relacionamento entre os clientes e instituição no geral é grande pois 56% já são clientes a mais de 5 anos, dessa maneira apesar da concorrência os clientes ainda continuam fiéis às suas instituições.

Em relação à responsabilidade socioambiental das instituições, buscou-se saber se os clientes possuem conhecimento das ações realizadas por suas instituições. Desta forma, percebeu-se que a grande maioria dos entrevistados, ou seja, 79% não conhece nenhuma ação realizada por sua instituição financeira, dessa maneira pressupõe-se que deva haver uma falha de comunicação entre a instituição e os seus clientes. Outro possível motivo desse resultado é falta de interesse dos clientes em saber o que sua respectiva instituição vem realizando na área socioambiental.

Então buscou-se saber se algum dos entrevistados já participou ou aderiu a alguma ação social ou ambiental realizada pela instituição, e os resultados foram ainda mais preocupantes pois, apenas 11% dos entrevistados responderam já participaram e 89% responderam que não participaram, o que demonstra uma falta de interação da instituição com a comunidade local e seus clientes.

Apesar dessa falta de conhecimento e também de participação em ações socioambientais desenvolvidas pelas instituições procurou-se saber se os clientes consideram importante as instituições financeiras promoverem ou apoiarem ações sociais ou ambientais.

Nesta análise, 94% dos entrevistados consideram muito importante a participação das organizações em ações de responsabilidade socioambiental, 6% consideram importante e nenhum dos entrevistados considera pouco importante ou desnecessário. Dessa maneira é importante as instituições financeiras divulgarem melhor e envolver mais seus clientes em suas ações para que os mesmos tenham a percepção de que a instituição é social e ambientalmente responsável atendendo assim a demanda de seu mercado.

Uma vez que os clientes possuem uma certa consciência socioambiental de modo que consideram muito importante suas instituições desenvolverem programas voltadas para este tema, arguiu-se se estes estivessem dispostos a contribuir para estas ações, pagando taxas maiores ou possuindo rendimento menores. Com relação ao pagamento de taxas maiores, a Tabela 1 demonstra os resultados evidenciados na pesquisa.

**Tabela 1: Concordaria em pagar Taxa Maior se a instituição financeira utilizasse parte dos recursos em Ações Socioambientais.**

Certamente não	43%
Talvez não	4%
Talves sim	37%
Certamente sim	16%
Não soube ou não quer responder	0%

Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

Percebe-se que quase metade dos entrevistados, ou seja 43% dos entrevistados afirmaram que certamente não pagariam taxa maior, 4% talvez não, 37% talvez sim e 16% certamente sim. O que demonstra que os mesmos desejam a realização de ações sociais e ambientais, contudo não estão dispostos a contribuir financeiramente com os mesmos. Pressupõe-se que o principal motivo seja a concepção dos mesmos de que isso é uma obrigação das instituições e que as mesmas possuem recursos suficientes. Na Tabela 2 por sua vez, pode-se observar o resultado acerca do recebimento de um rendimento menor.

**Tabela 2: Concordaria em receber Rendimento menor se a instituição financeira utilizar parte dos recursos em Ações Socioambientais.**

Certamente não	71%
Talvez não	6%
Talves sim	10%
Certamente sim	11%
Não soube ou não quer responder	1%

Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

Visualiza-se que 71% certamente não concordariam em ter um rendimento menor em sua aplicação financeira, 11% responderam certamente sim, 10% talvez sim, 6% talvez não e 1% não soube ou não quis responder. Nota-se que a porcentagem de pessoas que aceitariam pagar a mais é maior do que os aceitariam ter um rendimento menor, acredita-se que o motivo para tal comportamento é o fato das pessoas investirem seu capital para aumentá-lo e assim não aceitam um rendimento menor, uma vez que isso prejudicaria seus planos futuros.

A Tabela 3, demonstra a percepção das pessoas em relação ao desempenho da instituição nos aspectos sociais e ambientais.

**Tabela 3: Atuação das Instituições em aspectos sociais e ambientais.**

Otimo	9%
Bom	42%

Regular	36%
Com dificuldade	0%
Outro/especifique	13%

Fonte: Dados da Pesquisa (2013)

De acordo com a Tabela 3, 43% dos entrevistados consideram a atuação da entidade financeira nos aspectos sociais em ambientais como sendo bom, já 36% consideram regular, 9% ótimo e 13% reponderam outro, especificando de que não possuem conhecimento. Há uma certa divergência nas respostas dadas pelos entrevistados, pois maioria respondeu que não tem conhecimento de nenhuma ação social ou ambiental desenvolvida pela instituição, mas ao mesmo tempo consideram boa ou mesmo regular a atuação da entidade, apenas 13% que responderam de forma segura de que não possuem conhecimento desses aspectos.

Pressupõe-se que essa divergência deva-se ao fato de que as pessoas possuem consciência de que as instituições possuem uma preocupação com os aspectos socioambientais, contudo não conseguem visualizar de maneira clara alguma ação em específico já realizada ou em andamento de determinada instituição. A Tabela 4 apresenta a exigência de algum critério ambiental para a obtenção de recursos.

**Tabela 4: Para obter recursos para a sua atividade foi exigido algum critério Ambiental ou Social**

Certamente não	59%
Talvez não	0%
Talves sim	3%
Certamente sim	21%
Não soube ou não quer responder	17%

Fonte: Dados da Pesquisa 2013)

Conforme a Tabela 4, em relação a obtenção de recursos, se a instituição exigiu algum critério 59% respondeu certamente não, 21% certamente sim, 17% não soube ou não quis responder e 3% talvez sim. Este resultados deve-se a dois fatores, o primeiro é devido às profissões exercidas pelos entrevistados, que na sua maioria não necessitam obter recursos para desempenha-lá, pois trata-se de funcionários públicos ou privados. Outro motivo é a falta de conhecimento, muitas vezes ocorre que o cliente disponibiliza toda a documentação exigida pela instituição, mas não sabe ao certo do que se trata, por que precisa apresentar tal documentação. Desta maneira novamente é uma questão de comunicação, relatar ao cliente de forma clara e específica todo em torno daquela

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com relação à identificação das ações realizadas pelas Instituições Financeiras no âmbito social e ambiental, houve êxito. Isso se deve ao fato das respostas dos gerentes, nas quais foi possível identificar algumas ações desenvolvidas pelas instituições no âmbito nacional e também regional. Cabe destacar que há dois tipos de ações, sendo que uma refere-se aquelas realizadas cumprindo a legislação vigente e normas existentes, já as outras tratam das realizadas por iniciativa própria de cada instituição com investimentos no social e ambiental privado.

Ainda foi possível analisar como são realizadas as ações sociais e ambientais, com ênfase na forma como isso chega à sociedade em geral e, portanto, conclui-se que há gargalo muito grande na questão de como as ações chegam à sociedade, pois a comunicação é falha e também o controle da instituição não consegue entender e avaliar essa situação. O controle é falho por que as instituições não possuem nenhum indicador específico que tenha condições de medir a aderência ou participação de pessoas em suas ações, possuem apenas um acompanhamento informal de determinados departamentos específicos. Desta maneira não há como fazer um planejamento de melhoria sem ter um controle adequado do que está sendo realizado e de como a sociedade percebe a atuação da entidade no aspecto socioeconômico e ambiental.

Quanto à questão da realização das ações, as cooperativas de crédito possuem uma característica muito forte que é a parceria. Toda e qualquer ação que as mesmas desenvolvam buscam parceiros em

potencial que possam contribuir e engrandecer cada projeto para que possam favorecer o maior número de pessoas na comunidade onde estão inseridas. Já as entidades públicas, possuem um traço mais voltado para ações governamentais e para cumprir normas e leis vigentes. As instituições privadas por sua vez investem em ações maiores de grande proporção, até pela questão do marketing. O terceiro e último objetivo específico buscava entender como a sociedade percebe e vê o papel socioambiental das instituições financeiras. Os resultados apontam que a maioria dos clientes entrevistados desconhece toda e qualquer ação desenvolvida por sua instituição e da mesma maneira jamais participaram de alguma ação. Contudo percebeu-se que há algumas controvérsias nas respostas dos clientes, pois afirmaram desconhecer ações desenvolvidas, contudo avaliaram como sendo bom o desempenho das instituições nos aspectos sociais e ambientais.

Outro resultado levantado é que os clientes consideram muito importante, as instituições desenvolverem ou apoiarem ações, mas não estão dispostos a pagar a mais em alguma tarifa ou receber menos em alguma aplicação para que partes desses recursos pudessem ser utilizadas em ações desse tipo.

Portanto, entende-se que as instituições possuem uma forte atuação na área social e ambiental, promovendo ações no âmbito nacional e também regional, porém possuem dois aspectos problemáticos, um é a falta de envolvimento de seus clientes e a má divulgação de ações para eles, e o outro é a falta de indicadores para medir a participação, aderência dos clientes às ações. Importante destacar a importância de criar mecanismos de aproximação entre as ações das instituições financeiras e seus clientes considerando que a tendência a nível mundial é a expansão da Economia Verde frente a uma nova era de Negócio na qual isso se torna um fator fundamental de sobrevivência no mercado. Como limitação deste estudo, tem-se a falta de tempo alegado pelos gerentes e dessa maneira apenas metade da população e amostra foram entrevistados, sendo que uma instituição não participou da análise dos dados, pois só havia um gerente e o mesmo negou-se a participar.

Outra limitação refere-se aos resultados dos clientes, pois a amostra não foi probabilística logo os resultados apresentados não devem ser tomados como certos e generalizáveis a população total.

Para as instituições sugere-se uma avaliação nas formas de comunicação com seus clientes, e também a criação de indicadores, melhorando assim o controle e conseqüentemente possíveis melhorias. Como recomendações para futuros trabalhos, propomos desenvolver uma pesquisa mais ampla em nível estadual ou até nacional, e também a aplicação de outros métodos de coleta e análise de dados como uma pesquisa qualitativa por meio de etnografia ou uma pesquisa quantitativa usando o software de análise SSPS, poderia corroborar tornando estes resultados mais fidedignos.

Outras sugestões de trabalhos futuros é fazer um estudo do clima organizacional das instituições financeiras com foco nos gerentes, pois se percebeu nesta pesquisa uma resistência muito grande, apesar do anonimato, em falar de sua instituição, tanto que apenas obtive retorno da metade da população e amostra. Ou ainda desenvolver uma pesquisa de relação entre instituição e clientes.

## REFERÊNCIAS

- ABDALA, Etienne Cardoso; TAKIMURA, Miriam Tiemi. Estratégia e responsabilidade socioambiental: uma análise de conteúdo em instituições financeiras nacionais e estrangeiras instaladas no Brasil. **InternexT - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 7, n. 2, p. 156-186, 2012.
- BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 1. ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.
- ENOKI, Priscilla Azevedo; ADUM, Samir Hussain Nami; FERREIRA, Mariana Zanchetta; VALDEVINO, Sheila de Lima; AURELIANO, Camila Aparecida; SILVA, Adilson Aderito da. Estratégias de Marketing Verde na Percepção de Compra dos Consumidores na Grande São Paulo. In: **Anais... III Encontro de Marketing da Anpad**, Curitiba – PR. 14 a 16 de maio de 2008.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas. 2009.
- MANCINI, Sérgio; MURITIBA, Sérgio Nunes; OLIVEIRA, Patricia Morilha de; KRUGLIANSKAS, Isak. Valores organizacionais na gestão com responsabilidade socioambiental. In: **Anais... XXVII Encontro da Anpad**, Atibaia– SP. 24 a 27 de setembro de 2003.
- MARKOSKI, Adelar; PRESTES, Rosi Maria; WESENDOCK, Cláudia Cristina; ÁVILA, Lucas; OSWALD, Rosiane. Gestão ambiental: um legado a logística reversa. In: **Anais... 1º Fórum Internacional Ecoinnovar**, Santa Maria – RS. 15 a 17 de Agosto de 2012.
- MEI, Leonardo Bizari; CHRISTIANI, Vitor Sanches; LEITE, Paulo Roberto. A logística reversa no retorno do óleo de cozinha usado. In: **Anais... XXXV Encontro da Anpad**, Rio de Janeiro – RJ. 4 a 7 de setembro de 2011.
- MISOCZKY, Maria Ceci; BÖHM, Steffen. Do desenvolvimento sustentável à economia verde: a constante e acelerada investida do capital sobre a natureza. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 10, n. 3, p. 546-568, 2012.
- OLIVEIRA, Anna Carolina Moreira de; JÚNIOR, Valdir Machado Valadão. Responsabilidade Socioambiental e Integração: o caso Cargill Agrícola S/A – Complexo Industrial de Uberlândia – MG. In: **Anais... XXXI Encontro da Anpad**, Rio de Janeiro – RJ. 22 a 26 de setembro de 2007.
- OLIVEIRA, Leonel Gois Lima; OLIVEIRA, Davi Montefusco de; COSTA, Francisco José da. A Gestão Ambiental nos Cursos de Administração: uma Análise da Perspectiva dos Professores. **Revista de Administração da UFSM**, v. 3, n. 2, art. 3, p. 205-218, 2010.
- PAVESE, Helena Boniatti. Delineamentos de uma economia verde. **Revista Política Ambiental**, Belo Horizonte, n. 8, art. 1, p.15-23. Junho, 2011. Disponível em [http://www.conservation.org.br/publicacoes/files/politica\\_ambiental\\_08\\_portugues.pdf](http://www.conservation.org.br/publicacoes/files/politica_ambiental_08_portugues.pdf).
- PEARSON, Education do Brasil. **Gestão ambiental**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2009.
- RAMPAZZO, Sônia Elisete; CORRÊA, Fernanda Zanin Mota. **Desmitificando a metodologia científica: guia prático de produção de trabalhos acadêmicos**. Erechim, RS: Habilis, 2008.
- RIBEIRO, Maisa de Souza; BONFANTE, Talia Manceira; GOMES, Carla Cristina Martoni Pereira; CIOFFI, José Leandro. Responsabilidade socioambiental no setor de papel e celulose. In: **Anais... XXXIII Encontro da Anpad**, São Paulo– SP. 19 a 23 de setembro de 2009.
- SOUZA, Maria Tereza Saraiva de; RIBEIRO, Henrique César Melo; JÚNIOR, Celso Machado; CORRÊA, Rosany. Perfil e Evolução da Pesquisa em Sustentabilidade Ambiental: uma Análise Bibliométrica. In: **Anais... XXXV Encontro da Anpad**, Rio de Janeiro – RJ. 4 a 7 de setembro de 2011.

**BANCO BRADESCO S/A.** Disponível em <<http://www.bradesco.com.br/html/classic/sobre/o-grupo-bradesco.shtm>>. Acesso em 22 de maio de 2013.

**BANCO DO BRASIL S/A.** Disponível em <<http://www.bb.com.br/portalbb/home2,102,102,1,0,1,6.bb>>. Acesso em 21 de maio de 2013.

**CAIXA ECONÔMICA FEDERAL.** Disponível em <<http://www14.caixa.gov.br/portal/acaixa/>>. Acesso em 21 de maio de 2013.

**Decreto-Lei Nº 759, de 12 de Agosto De 1969.** Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del0759.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0759.htm)>. Acesso em 20 de maio de 2013.

**Lei Nº 7.492 de 16 de junho de 1986.** Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/17492.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/17492.htm)>. Acesso em 25 de abril de 2013.

**Lei Nº 4.595 de 31 de dezembro de 1964.** Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/14595.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/14595.htm)>. Acesso em 25 de Abril de 2013.

**SICOOB - Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil.** Disponível em <<http://www.sicoob.com.br/o-sicoob;jsessionid=5ICRZcWj3shnlrq3FHyB0EQ>>. Acesso em 22 de maio de 2013.

**SICOOB CREDITAPIRANGA.** Disponível em <<http://www.creditapiranga.coop.br/>>. Acesso em 22 de maio de 2013.

**SICOOB OESTECREDI.** Disponível em <<http://www.oestecredi.com.br/?pag=pagina&codigo=2>>. Acesso em 22 de maio de 2013.

**SICREDI.** Disponível em <<http://www.sicredi.com.br/conheca.html>>. Acesso em 22 de maio de 2013.