

**FERNANDO MACHADO FARIA DOS SANTOS  
LILIANE CAVALCANTI DE ALBUQUERQUE**

**BANCOS E MEIO AMBIENTE:  
UM ESTUDO COMPARATIVO DAS PRÁTICAS AMBIENTAIS APLICADAS PELOS  
BANCOS BRADESCO E BANCO DO BRASIL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná, como requisito para obtenção do título de MBA - Auditoria Integral.

Orientador: Prof. Dr. Blênio César Severo Peixe

**CURITIBA**

**2010**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos, em primeiro lugar, a Deus, porque sem Ele nada é possível, e em especial ao grande Santo Expedito.

Às nossas famílias incluindo o querido Enzo, e em especial ao pai e sogro Ariel Santos de Albuquerque pelo incentivo, apoio e orientação na realização e concretização deste MBA.

Ao nosso orientador, professor Dr. Blênio César Severo Peixe, pelas sugestões e apontamentos na estruturação deste trabalho.

## **PENSAMENTO**

**“Nunca ande pelo caminho traçado,  
pois ele conduz somente até onde os outros já foram”.**

**Alexander Graham Bell**

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

*Accountability* – Prestação de contas ou responsabilização pelas decisões tomadas.

*Asset Management* – Empresas que administram recursos de terceiros

COP 3 – Conferência Climática do Protocolo de Quito.

GEE – Gases de Efeito Estufa

INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

ISO – Organização Internacional para Padronização

MDL – Mecanismo de Desenvolvimento Limpo

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

*Rating* – Classificação de Risco

SGA – Sistema de Gestão Ambiental

*Stakeholders* – Formadores de opinião.

UNFCCC – A Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima.

## LISTA DE TABELAS E FIGURAS

TABELA 1 – RELAÇÃO DOS <i>INPUTS</i> E <i>OUTPUTS</i> COM FILTRO AMBIENTAL..	21
TABELA 2 – ISO SÉRIE 14.000 (NORMAS).....	25
FIGURA 1 – GESTÃO AMBIENTAL ISO 14.000.....	24
FIGURA 2 – ESTRUTURA DE UM BANCO.....	41

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – OPERAÇÕES EM QUE SE APLICA A POLÍTICA DE RISCO SOCIOAMBIENTAL.....	60
QUADRO 2 – ITENS DA ANÁLISE DE RISCO SOCIOAMBIENTAL.....	60
QUADRO 3 – PRODUTOS OFERECIDOS AOS CLIENTES.....	61
QUADRO 4 – INFORMAÇÕES DIVULGADAS.....	62
QUADRO 5 – COMPROVAÇÃO EXIGIDA DOS PARCEIROS COMERCIAIS.....	62
QUADRO 6 – USO DA ÁGUA.....	63
QUADRO 7 – USO DA ENERGIA ELÉTRICA.....	63
QUADRO 8 – COMBUSTÍVEIS FÓSSEIS.....	64
QUADRO 9 – TRATAMENTO DE RESÍDUOS.....	64

## RESUMO

SANTOS, F. M. F. dos; ALBUQUERQUE, L. C. de. **Bancos e Meio Ambiente: Um Estudo Comparativo das Práticas Ambientais Aplicadas pelos Bancos Bradesco e Banco do Brasil.** A crescente conscientização ambiental realiza uma transformação na dimensão e visão comercial do meio ambiente, antes um recurso ilimitado, hoje um bem econômico, sujeito a mecanismos de mercado e incorporado às estratégias empresariais. As práticas ambientais adotadas pelas empresas podem ser monitoradas ou verificadas através da Gestão Ambiental, sendo que nesta área existe a implantação de um Sistema de Gestão Ambiental para aplicação de novos procedimentos ambientalmente responsáveis e também por meio de Auditorias Ambientais com o intuito de realização de vistorias de caráter técnico e especializado dos processos em uma empresa, além das certificações como a ISO 14.000 que garantem a estas empresas destaque no comércio internacional, pois demonstram ao mundo que estão respeitando determinadas normas e princípios ambientais impostos para terem efetivamente a certificação. Através do presente trabalho procurou-se levantar, analisar, identificar e comparar as práticas ambientais aplicada pelos bancos Bradesco e Banco do Brasil. Utilizou-se a análise das principais características do setor bancário envolvendo esta temática, em destaque a responsabilidade socioambiental do Bradesco e Banco do Brasil separadamente e o comparativo das práticas ambientais baseado na análise dos itens mais relevantes entre estes dois bancos. Para tanto, utilizou-se a pesquisa descritiva bibliográfica a fim de apurar informações necessárias para analisar e comparar as práticas ambientais, e os principais itens pertinentes aos bancos. O resultado do trabalho demonstrou o quanto os Bancos estão ambientalmente conscientizados. Entretanto, apesar de todos os avanços em relação à conscientização em prol do meio ambiente, há muito a ser realizado neste sentido.

Palavras-chave: Bancos; Práticas Ambientais; Responsabilidade Socioambiental.

## SUMÁRIO

<b>AGRADECIMENTOS.....</b>	<b>II</b>
<b>PENSAMENTO.....</b>	<b>III</b>
<b>LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS.....</b>	<b>IV</b>
<b>LISTA DE TABELAS E FIGURAS.....</b>	<b>V</b>
<b>LISTA DE QUADROS.....</b>	<b>VI</b>
<b>RESUMO.....</b>	<b>VII</b>
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO.....</b>	<b>13</b>
2.1. DESAFIO DA SUSTENTABILIDADE DO MEIO AMBIENTE.....	13
2.1.1 Crescimento Econômico versus Preservação Ambiental.....	14
2.1.2 Globalização da Economia e da Ecologia.....	15
2.2. INSTRUMENTOS DE POLÍTICA AMBIENTAL.....	16
2.2.1 Macropolíticas com Interface Ambiental.....	17
2.3. GESTÃO AMBIENTAL.....	18
2.3.1 Sistema de Gestão Ambiental.....	19
2.3.2 Filtro Ambiental.....	21
2.4. CERTIFICAÇÃO AMBIENTAL.....	22
2.4.1 Selos Verdes.....	23
2.4.2 Certificação ISO 14.000.....	24
2.5. AUDITORIA AMBIENTAL.....	26
2.5.1 Padrões de Auditoria Ambiental segundo a ISO 14.001.....	28
2.5.2 Princípios do Equador.....	29
2.6. MARKETING AMBIENTAL.....	30
2.6.1 Padrão de Consumo e o Meio Ambiente.....	30
2.6.2 Marketing e a Questão Ambiental.....	35
2.7. ESTRATÉGIAS DAS EMPRESAS.....	36
2.7.1 Consumidor Verde.....	38

2.8. BANCOS COMERCIAIS.....	39
2.8.1 Estratégias de Gestão Ambiental e Responsabilidade Ambiental.....	40
<b>3. METODOLOGIA DA PESQUISA.....</b>	<b>43</b>
3.1. TIPO DE PESQUISA.....	43
3.2. NATUREZA DA PESQUISA.....	44
3.3. QUANTO A ABORDAGEM, TÉCNICAS E PROCEDIMENTOS.....	44
3.4. DELIMITAÇÃO ESPACIAL E TEMPORAL.....	44
3.5. SELEÇÃO DOS RELATÓRIOS.....	45
3.6. CONSOLIDAÇÃO DOS DADOS, ANÁLISE E TRATAMENTO.....	45
<b>4. ESTUDO DE CASO COMPARATIVO BRADESCO E BANCO DO BRASIL...</b>	<b>46</b>
4.1. PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO SETOR BANCÁRIO.....	46
4.1.1 Análise de Riscos Ambientais.....	48
4.1.2 Monitoramento e Relação com Clientes.....	48
4.1.3 Produtos Atentos ao Meio Ambiente.....	49
4.1.4 Uso de Recursos Naturais.....	49
4.1.5 Política Ambiental Corporativa.....	50
4.1.6 Parceiros Comerciais e Compromissos.....	51
4.1.7 Projetos e Programas Desenvolvidos.....	51
4.1.8 Comunicação e Divulgação.....	51
4.2. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DO BRADESCO.....	52
4.2.1 Finanças Sustentáveis.....	52
4.2.2 Gestão Responsável.....	53
4.2.3 Investimentos Socioambientais.....	54
4.3. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DO BANCO DO BRASIL.....	55
4.3.1 Finanças Sustentáveis.....	55
4.3.2 Gestão Responsável.....	56
4.3.3 Investimentos Socioambientais.....	58
4.4. ANÁLISE COMPARATIVA BRADESCO E BANCO DO BRASIL.....	59
4.4.1 Aspectos Externos de Gestão Ambiental.....	59
4.4.2 Políticas para Concessão de Crédito.....	60

4.4.3 Adeptos dos Princípios do Equador.....	61
4.4.4 Aspectos Internos de Gestão Socioambiental.....	62
4.4.5 Consumo de Recursos Naturais.....	62
4.5. ANÁLISE COMPARATIVA DOS PONTOS COMUNS.....	65
4.6. PONTOS EM DESTAQUE.....	67
4.6.1 Benefícios.....	68
<b>5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....</b>	<b>70</b>
<b>6. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>73</b>
<b>7. ANEXOS.....</b>	<b>76</b>
7.1. ANEXO I - ARTIGO 225 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL.....	77

## 1. INTRODUÇÃO

O ritmo acelerado das transformações no campo econômico-financeiro, a exemplo da oferta de serviços e produtos bancários, gera maior competitividade neste ambiente já notoriamente acirrado. Os bancos possuem uma margem muito restrita para diferenciação, no que engloba a questão dos juros nas negociações, os limites disponibilizados e a fidelização de clientes por meio do atendimento e da possibilidade de ganhos por meio de campanhas. Mas, como o mercado está em constante mudança surge um novo item para os bancos terem destaque frente aos demais, a questão do relacionamento que os bancos têm com o meio ambiente.

Novos parâmetros passam a regular a postura dos cidadãos e das instituições, destacando-se, sobretudo, requisitos como produtos e serviços ambientalmente responsáveis, atitudes voltadas à sustentabilidade, apoio a implantação de ações de redução ou substituição de poluentes presentes nas rotinas de trabalho e principalmente a preocupação das instituições com o risco de imagem com a liberação indevida de créditos a empresas poluentes.

Considerando a dimensão que as questões ambientais têm tomado na atualidade, viu-se a necessidade de implantar práticas ambientais nas decisões das instituições financeiras. Pelo fato de muitos clientes adotarem este critério para prosseguir com o relacionamento no banco detentor da conta e também como atrativo para potenciais clientes e também por terem grande influência nas demais empresas, tanto empresas clientes quanto empresas fornecedoras, se faz necessário analisar no setor bancário as medidas tomadas para a preservação do meio ambiente.

Analisando esta realidade surge um questionamento, o qual se refere ao tema do presente Trabalho de Conclusão de Curso: Os bancos Bradesco e Banco do Brasil têm incorporado as questões ambientais aos seus procedimentos ou as práticas ambientais são pouco aplicadas? Com este questionamento é possível uma análise valiosa do ponto de vista econômico, uma vez que o mercado está percebendo que é mais dispendioso deixar de adotar práticas ambientais, e também se realiza uma contribuição à sociedade, que agrega maior conhecimento sobre o

que atualmente está ocorrendo na relação entre meio ambiente e as instituições, neste caso com a análise específica destes dois bancos, mas, além disso, a contribuição pessoal, pois ao expor, comentar e comparar as práticas que estão sendo adotadas pelos bancos os quais estes autores fazem parte, é possível concretizar uma realização pessoal de mostrar a todos que a conscientização ambiental está presente nestas instituições.

Desta forma, por meio da análise do objeto de estudo práticas ambientais e com o embasamento do problema de pesquisa envolvendo o setor bancário o objetivo geral visa comparar as práticas ambientais adotadas pelo Bradesco e Banco do Brasil a partir dos anos 90. E, com esta definição é possível o desmembramento dos objetivos específicos, com o intuito de fundamentar teoricamente sobre o desafio da sustentabilidade com foco na relação crescimento econômico e preservação ambiental, analisar as principais referências que destacam a gestão ambiental, levantar as principais características das análises ambientais presentes no setor bancário, apresentar individualmente as principais características da responsabilidade socioambiental dos bancos Bradesco e Banco do Brasil e demonstrar comparativamente através de relatório consolidado as principais práticas adotadas por ambos.

Assim este trabalho está estruturado em três itens, o primeiro item apresenta a fundamentação teórica sobre as principais referências que destacam a gestão, auditoria e certificações ambientais, apresenta os principais aspectos do marketing ambiental que possui o poder de influenciar o padrão de consumo e a imagem das empresas, neste caso dos bancos, perante a sociedade, além das estratégias das empresas para enfrentar o mercado com consumidores cada vez mais ambientalmente conscientes. No segundo item, é abordada a metodologia da pesquisa. Já o terceiro item, apresenta, dentro do contexto desenvolvido nos itens anteriores, se os bancos Bradesco e Banco do Brasil têm incorporado as questões ambientais aos seus procedimentos ou se as práticas ambientais são pouco aplicadas. Por fim, serão apresentadas as conclusões e recomendações deste trabalho, destacando os principais pontos discutidos.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO**

A preocupação com a degradação ambiental e a importância da preservação do meio ambiente para as presentes e futuras gerações propiciou a evolução dos conceitos e instrumentos de avaliação da questão ambiental para indústria, comércio, agricultura, e neste momento em grande destaque nas instituições financeiras. Se durante muitos anos a destruição do meio ambiente era vista como meio para se atingir um fim, buscando crescimento a todo custo sem preocupações com a degradação ambiental, fez-se o surgimento de uma consciência ecológica que abriu caminho para novos valores e atitudes, seja pela incorporação da questão ambiental pela economia convencional, seja pelo surgimento de um novo paradigma. A conscientização ambiental realiza uma transformação na dimensão e visão comercial do meio ambiente, antes um recurso ilimitado, hoje um bem econômico, sujeito a mecanismos de mercado e incorporado às estratégias empresariais.

O objetivo desta revisão é expor a fundamentação deste trabalho. Em um primeiro momento, o fundamento teórico desta análise se apresentará na discussão do desafio da sustentabilidade, analisando-se os aspectos econômicos e sociais, de maneira geral o crescimento da sustentabilidade do meio ambiente com o desenvolvimento econômico, com isto a inserção de políticas ambientais. Em seguida, a evolução da questão ambiental através de novos conceitos como Gestão Ambiental, Certificação Ambiental e Auditoria Ambiental. Além, do surgimento do Marketing Ambiental e as mudanças na conduta ambiental das empresas, com estratégias de gestão e responsabilidade ambiental, com destaque para os bancos comerciais.

### **2.1. DESAFIO DA SUSTENTABILIDADE DO MEIO AMBIENTE**

O impacto das ações do homem sobre o meio ambiente está se tornando cada vez mais complexo, tanto em termos qualitativos quanto quantitativos. De acordo com Fonseca (2003) em um curto espaço de tempo o enfoque do desenvolvimento sustentável ganhou relevância, assumindo um caráter diretivo nos

debates sobre os rumos do desenvolvimento. Este fato gerou diversas análises sobre a relação crescimento econômico versus preservação ambiental. De maneira que, muitos pensadores analisaram até que ponto pode haver crescimento econômico sem prejudicar o meio ambiente, ou de que forma é possível realizar a preservação ambiental sem frear o crescimento econômico.

### 2.1.1 Crescimento Econômico versus Preservação Ambiental

O processo de crescimento econômico é um fenômeno que traz benefícios, mas que também possui pontos negativos. May *et al.* (2003) coloca que a partir dos anos 70 inicia-se um movimento ambientalista preocupado com a natureza das atividades econômicas e principalmente no pensamento vigente do crescimento tido como solução para todos os problemas modernos. Dado que, a economia mundial está indissolúvelmente unida ao meio ambiente, pois extrai, processa e consome tudo que vem da natureza, há um forte debate crítico em torno da existência de compatibilidade entre bem estar humano, crescimento econômico e sustentabilidade ambiental.

O modelo de desenvolvimento dominante de nosso tempo é a globalização econômica, um sistema abastecido pela convicção de que uma única economia global, com regras universais definidas por corporações e mercados financeiros, é inevitável. Como resultado, o mundo está passando por uma transformação tão grande quanto nenhuma outra na história. No centro dessa transformação, está uma total agressão aos recursos naturais.

A humanidade está esgotando, desviando e poluindo os recursos naturais e o cenário de degradação ambiental nada mais é que produto do crescimento elevado e ilimitado. Segundo Hawken *et al.* (1999) as perspectivas neoclássicas assim como muitas outras correntes de pensamento econômico, pressupõem que o capital natural pode ser substituído infinitamente pelo capital material (feito pelo homem) e que os recursos naturais podem, no máximo, criar obstáculos relativos e passageiros. Entretanto, de acordo com Daly (2005) por toda parte o desenvolvimento econômico tem subcorrentes que desafiam a possibilidade da continuidade ilimitada de crescimento, ressaltando, porém, que somente quando

bem aplicados, os incentivos econômicos permitem elevar a eficiência dos recursos naturais.

De acordo com May *et al.* (2003) os governos têm papel estratégico na disseminação de políticas e medidas de redução de emissões de GEE que causam o aquecimento global. Durante a Rio – 92 foi criada a Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC), com o intuito de discutir e negociar acerca do desenvolvimento, meio ambiente e qualidade de vida para as presentes e futuras gerações. Cientistas e tomadores de decisão reconhecem a necessidade de um esforço conjunto que envolva todos os níveis de governo e setores da sociedade para que se cumpram os acordos internacionais, como a UNFCCC e o Protocolo de Quioto.

### 2.1.2 Globalização da Economia e da Ecologia

Com resultado nas crescentes discussões a cerca da preocupação com um desenvolvimento sustentável ocorre uma globalização da ecologia, que se justifica por diversos fatores. A população tem consciência que a poluição não se restringe apenas no local em que é gerada, pelo contrário, a poluição transcende as fronteiras nacionais, afetando diversas regiões vizinhas e dependendo da extensão e do volume desta poluição pode afetar o planeta como um todo. Com o crescimento econômico e a globalização da economia, muitas empresas multinacionais aplicam pacotes tecnológicos em todas as filiais proliferando o conceito de desenvolvimento sustentável no local em que atuam e aumentando a competitividade frente às demais empresas locais que ainda não aplicam práticas ambientais. A globalização da ecologia segue também o ritmo da globalização da informação, pois a mídia acelera a conscientização ambiental. Maimon descreve que:

A revolução nos meios de comunicação vem acelerando a sensibilização ambiental. Imagens de desastres ecológicos são difundidas no mesmo segundo no mundo inteiro, por satélite. Desastres ecológicos como o de Severo, Bhopal, Chernobyl e Basel tiveram forte repercussão internacional em função da magnitude das vítimas fatais, da degradação da flora e da fauna e do valor das indenizações envolvidas. Para se ter uma idéia, durante 25 anos o Major Hazard Incident Data Service, na Grã Bretanha, registrou, até 1986, 2.500 acidentes industriais, sendo que mais da metade (1.419) ocorreu entre 1981 e 1986. Estes acidentes têm sua origem no

transporte ou no armazenamento de substâncias tóxicas do setor químico e na produção de energia, em particular, nas usinas nucleares e nas plataformas marítimas. Observa-se que a frequência destes acidentes tem diminuído nos países da OCDE e aumentado no resto do mundo. Até 1984, os EUA eram o líder de acidentes de grande risco. (MAIMON, 1996, p. 8).

Além destes fatores, com a globalização da economia, no mundo todo ocorrem neste momento pressões políticas principalmente com a atuação de ONGs e na aplicação de barreiras ecológicas no comércio internacional. Desta forma, o termo globalização da economia nada mais é que a maior sensibilidade ambiental e a expansão do movimento ambientalista seguindo o crescimento econômico que progride de forma globalizada.

## 2.2. INSTRUMENTOS DE POLÍTICA AMBIENTAL

Assim como o governo utiliza instrumentos para realizar a política monetária, a política cambial e para os demais setores da economia, surge com o advento da responsabilidade ambiental a utilização e divulgação de instrumentos de política ambiental. Estes instrumentos devem ser utilizados de maneira participativa e integrados pelos três parceiros: setor privado, setor público regulador e terceiro setor.

De acordo com Maimon (1996, p. 85) em níveis internacionais: “As políticas ambientais podem ser classificadas segundo três macroobjetivos: uma política de segurança mínima, uma política de crescimento ecologicamente sustentável e uma política com ênfase na Qualidade Total, incluindo neste conceito a Qualidade Ambiental”.

A política de segurança mínima tem por objetivo a prevenção de grandes acidentes que causem danos à população, porém não abrange, ou não possui foco nos efeitos a longo prazo da degradação ambiental, justamente por isso é denominada de segurança mínima, caracterizado como o primeiro passo para a tomada da responsabilidade ambiental, neste caso não há forte sensibilização a questão ambiental.

Maimon (1996) classifica a política de Crescimento Ecologicamente Sustentável como marco por abranger tanto a gestão racional dos recursos quanto a

preocupação no longo prazo. Já a política com ênfase na Qualidade Total está em fase de implementação principalmente por países que já sofreram no passado os efeitos danosos da degradação e condicionaram seu crescimento econômico ao cumprimento desta política, que classifica o meio ambiente como elemento vital, não restringindo –o como pré- condição à continuidade do crescimento, mas elevando-o a importância em todos os níveis: econômico, social e ecológico. Muitas empresas em nível micro já utilizam a Política de Qualidade total em seus departamentos. Maimon coloca que:

Os principais instrumentos de política ambiental são os de comando e controle, e os econômicos. O estado pode, ainda, abdicar de um planejamento confiando na auto-regulação das empresas, ou acionar macropolíticas que tenham interface com a política ambiental. Aqui, vale citar o planejamento regional e urbano, a política de desenvolvimento tecnológico, o planejamento energético e a educação ambiental, entre outros. (MAIMON, 1996, p. 87)

No que se refere à política ambiental de comando e controle tem-se a classificação de um conjunto de regulamentos e normas impostos pelo governo aos poluidores, ou seja, a maneira como o governo limita a poluição produzida pelas empresas e também a possibilidade de oferecer prêmios a empresas menos poluidoras. Os instrumentos econômicos interferem no custo benefício das empresas, com a aplicação de impostos, taxas, a obrigatoriedade de determinadas licenças, etc. Já na auto-regulação das empresas as forças de mercado por si só incorporam a responsabilidade ambiental nas empresas, ou seja, a busca por redução da poluição e pela substituição de produtos que na produção estejam causando maiores danos ao meio ambiente tornou-se mais acentuada pela competitividade do mercado.

### 2.2.1 Macropolíticas com Interface Ambiental

As macropolíticas são agrupadas em quatro estratégias ambientais: o desenvolvimento tecnológico, o planejamento energético, o planejamento regional e urbano e a educação ambiental. Cada uma destas estratégias tem papel fundamental na política ambiental.

O desenvolvimento tecnológico permite que as inovações consigam reduzir as emissões de poluentes, e o planejamento energético privilegia principalmente a qualidade do ar com fontes alternativas de energia. Sobre esta estratégia macropolítica Maimon expõe que:

Adicionalmente, a escolha social por um tipo de energético afeta a localização espacial da poluição, entre as zonas de consumo e as respectivas zonas de produção. Tal é o caso da energia hidroelétrica e do álcool produzidos no Brasil, que sendo inócuos nos grandes centros urbanos são extremamente poluentes na zona rural e na de barragem hidroelétrica. Quanto ao transporte, num país de grande extensão territorial, recomenda-se substituir o transporte de carga rodoviário pelo ferroviário, por ser mais eficiente em termos energéticos. Nas áreas urbanas, o transporte coletivo é, de longe, de maior eficiência. (MAIMON, 1996, p. 90)

O planejamento regional e urbano busca um equilíbrio regional, verificando áreas de preservação ambiental, áreas de mananciais, para que ocorra um adequado zoneamento econômico ecológico, e por fim, a educação ambiental elemento essencial na eficácia das políticas ambientais no médio e longo prazo e no crescimento da conscientização ambiental na atualidade.

### 2.3. GESTÃO AMBIENTAL

A gestão ambiental é uma prática adotada recentemente e incorporada às políticas e diretrizes de empresas, instituições públicas e privadas. De acordo com Juchem (1995) os consumidores ambientalmente exigentes e as exigências de legislações ambientais tornaram a questão ambiental o centro de discussão de vários organismos empresariais, o que propiciou o surgimento de novos pensamentos sobre como realizar a otimização ambiental das empresas. Aliás, este processo pode ser analisado como uma forma de cadeia em que a ação de uma empresa leva a outra a ter que repensar sua posição frente aos danos ambientais e a tomar uma postura ambientalmente responsável. A cada nova empresa ou instituição que utiliza a gestão ambiental e adota novas práticas ambientais em seus processos, serviços e produtos, com esta atitude pressiona a outras do mesmo setor ou ramo de atividade a fazerem o mesmo. Ao seguirem o exemplo estas empresas estão mudando de postura para permanecerem no mercado.

Considera-se que esta seja a grande mudança que a gestão ambiental gera nas empresas. A mudança de postura frente à degradação produzida incontrolável e irresponsavelmente durante muito tempo sem nenhuma preocupação. A criação de uma consciência ambiental e que dissemina entre todos os meios, governo, entidades privadas, entidades sem fins lucrativos e na sociedade de modo geral.

Em muitos países, a conscientização e movimentação da comunidade como um todo (população, organizações de defesa do meio ambiente e governo) originaram revisões e reformulações na legislação ambiental de forma a torná-la mais ampla e rigorosa. A conscientização da sociedade em muitos lugares veio afetar a imagem da empresa junto a seu público consumidor no qual passou a ser forte elemento de pressão para as empresas começarem a investir no controle ambiental, visto que dele depende a evolução do fluxo de receitas da empresa. Juchem coloca que:

A gestão ambiental, termo mais amplo que engloba a própria auditoria e o balanço ambiental, é uma prática que vem sendo cada vez mais aplicada por empresas consideradas modernas, competitivas e lucrativas, principalmente quando elas estão voltadas para atender mercados externos de países industrializados onde os consumidores finais ou intermediários gradativamente vêm dando mais preferência a produtos e serviços ambientalmente compatíveis. Tendência essa que também já se vislumbra aqui no Brasil. (JUCHEM, 1995, p. 5)

As empresas possuem dentro de sua organização diversas áreas específicas como gestão de recursos humanos, gestão da produção, gestão financeira, dentre outras. Este é o momento em que estas empresas se defrontam com a necessidade de uma nova área específica de análise, a gestão ambiental. Desta forma, as empresas devem aproveitar esta novidade e utilizá-la efetivamente como instrumento e ferramenta para avaliar e gerenciar seu desempenho ambiental com vistas a tornar-se ambientalmente competitiva perante o mercado.

### 2.3.1 Sistema de Gestão Ambiental

A questão do meio ambiente está muito presente no ambiente corporativo, com isto, houve o desenvolvimento do Sistema de Gestão Ambiental que é um processo voltado a resolver, mitigar e prevenir os problemas de caráter ambiental.

De acordo com Maimon (1996) há muitas vantagens tanto para a empresa quanto para a sociedade. Para as empresas o SGA será poder ser utilizado no planejamento estratégico, no processo produtivo e na distribuição final do produto, há com isto redução dos custos de operação, redução de acidentes e outras vantagens competitivas. Para a sociedade o retorno deste Sistema aplicado pelas empresas, reflete na redução das externalidades que a degradação do meio ambiente provoca, com a diminuição dos impactos ambientais desfavoráveis há uma significativa melhoria na qualidade de vida. Juchem explica que:

O Sistema de gestão ou gerenciamento ambiental é um instrumento com procedimentos semelhantes a qualquer nível gerencial de uma empresa moderna, como por exemplo: gestão financeira, de produção, marketing, recursos humanos, etc. Hoje em dia já é possível encontrar empresas de maior porte que dispõem de departamentos voltados para as questões ambientais da companhia e por isso inclusive há a denominação específica para a gestão ambiental que trata das questões do meio ambiente, como: uso racional de matérias primas, insumos, energia, água, ar e também se preocupa com processos produtivos que causem menores danos à natureza, mediante a redução de lixo, despejos e degradação ambiental em geral. (JUCHEM, 1995, p.33).

Um sistema de gestão ambiental pode ser definido como um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma organização, de forma a obter o melhor relacionamento com o meio ambiente. No contexto do Sistema de Gestão Ambiental existe especificamente a Gestão Ambiental Empresarial, Juchem considera que:

A Gestão Ambiental Empresarial se restringe a empresas e instituições e pode ser definida como sendo um conjunto de políticas, programas e práticas administrativas e operacionais que levam em conta a saúde e a segurança das pessoas, e a proteção do meio ambiente através da eliminação ou minimização de impactos e danos ambientais decorrentes do planejamento, implantação, operação, ampliação, realocação ou desativação de empreendimentos ou atividades, incluindo-se todas as fases do ciclo de vida do produto. (JUCHEM, 1995, p. 35).

Mesmo no Brasil a gestão ambiental já desperta grande interesse nas empresas, principalmente exportadoras e com destaque para as instituições financeiras. Há esta seleção natural devido à exigência do mercado por produtos compatíveis com o meio ambiente ser cada vez maior. Além de atualmente ser encarada como um assunto estratégico, porque além de estimular a qualidade ambiental também possibilita a redução de custos diretos (redução de desperdícios

com água, energia e matérias-primas) e indiretos (por exemplo, indenizações por danos ambientais). Esta preocupação corresponde até mesmo ao Art. 225 da Constituição Federal em que consta: Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

### 2.3.2 Filtro Ambiental

Dentro da gestão ambiental há um procedimento que auxilia no desempenho sustentável da empresa, conhecido como filtro ambiental. O filtro ambiental é basicamente uma postura ambiental, onde as empresas preocupadas com a degradação do meio ambiente identificam os possíveis itens causadores de danos ambientais e evitam sua entrada, no processo produtivo, na armazenagem, na distribuição e também na forma que irão refletir na imagem dos produtos e serviços da empresa. A visualização desta relação pode ser analisada abaixo:

TABELA 1 – RELAÇÃO DOS *INPUTS* E *OUTPUTS* COM FILTRO AMBIENTAL

INPUT	FILTRO AMBIENTAL	OUTPUT
Matérias primas	Pesquisa e Desenvolvimento	Produtos
Energia	Legislação	Serviços
Água	Planejamento	Minimizar ou evitar:
Ar	Análises	Rejeitos
Insumos	Compras	Despejos
Peças	Alternativas	Barulho
Produtos Perigosos	Processos	Ar poluído
Embalagens	Tecnologias	Lixo

Fonte: Juchem (1995, p.87) – adaptado pelos autores.

No contexto do filtro ambiental Juchem esclarece as funções das entradas ou *INPUTS* e as funções das saídas ou *OUTPUTS*.

O filtro ambiental tem como principal função filtrar previamente todas as entradas (*INPUT*) de mercadorias e bens circulantes, máquinas, equipamentos, veículos, equipamentos, veículos, instalações, produtos

operacionais e de serviço, insumos como água, ar, energia e mesmo materiais de expediente e produtos de limpeza. Ocorre então, a interface entre todas as entradas (*INPUT*) de elementos com características ambientais e a respectiva coluna que simboliza o filtro ambiental como sendo uma barreira com as funções específicas de filtrar, do ponto de vista ambiental, todos os elementos antes da sua entrada na empresa, para com isso influenciar posteriormente as saídas (*OUTPUT*), compostas, principalmente, por produtos acabados, resíduos, despejos e outros. (JUCHEM, 1995, p. 85).

## 2.4. CERTIFICAÇÃO AMBIENTAL

A crescente preocupação ambiental influencia também na maneira como ocorrem os negócios ao redor do mundo. O comércio internacional está mais interessado nas empresas que possuem tanto produtos quanto serviços ambientalmente corretos. Há uma demanda de consumidores e empresários que dentre os itens avaliados para efetuar compras ou fechar acordos comerciais, tem destaque a avaliação se a organização fornecedora é socialmente responsável. Para as organizações, o futuro ambiental é agora, os clientes já estão selecionando através do critério ambiental se irão manter o relacionamento com estas empresas ou se haverá a substituição por outra empresa com princípios e atitudes ambientalmente corretas. Este é o momento para investir em estratégias ambientais para não perder a preferência de seus atuais clientes.

Com as certificações ambientais, as organizações conseguem destaque no comércio internacional, pois demonstram ao mundo que estão respeitando determinadas normas e princípios ambientais impostos para terem efetivamente a certificação. Neste contexto Maimon conceitua as certificações ambientais.

As Certificações Ecológicas, seguindo a tendência das demais certificações estabelecem normas, na temática ambiental, visando à busca de homogeneizar conceitos, ordenar atividades e criar padrões e procedimentos do setor produtivo. Estas normas distinguem-se daquelas praticadas pelos órgãos reguladores, normas compulsórias e de conformidade com o meio ambiente, quando as empresas são fiscalizadas em diferentes fases, como, por exemplo, no licenciamento, na aprovação do projeto, na instalação e durante a operação. (MAIMON, 1996, p. 16).

A Certificação Ambiental pode atestar a avaliação de apenas determinado setor ou parte do processo, como a avaliação do produto final, ou do processo de produção e também da gestão ambiental da empresa. Na avaliação do produto

como ocorre nos dois primeiros casos, o produto recebe uma marca que atesta que aquele produto apresenta baixo impacto ambiental em vista do cumprimento de todos os requisitos da norma para a obtenção da certificação. No caso da gestão ambiental da empresa, a certificação do SGA, atesta que aquela organização ou empresa está cumprindo e realizando a gestão ambiental na empresa de acordo com determinada norma, como a ISO 14.0001.

Destinado às organizações que desenvolvem suas atividades preocupadas com o meio ambiente, ganha destaque nesta temática a rotulagem ambiental que atinge toda a cadeia produtiva, conhecido como selo verde.

#### 2.4.1 Selos Verdes

Os rótulos ambientais são conhecidos como selos verdes e identificam os produtos que causam menos impacto ao meio ambiente, analisando-se cada fase do processo de produção, pois o respeito ao meio ambiente é uma exigência em todas as etapas. E este selo não está restrito às grandes organizações, micro e pequenas empresas geralmente fornecedoras de matérias-primas também devem atestar a rotulagem. Por exemplo, existem pequenas empresas fornecedoras de embalagens, pois para este item há um selo verde que indica se a embalagem em questão é reciclável. Neste contexto Maimon classifica em nível mundial a adesão aos selos verdes.

A adesão aos Selos Verdes é, também, voluntária e caracteriza os países onde os consumidores têm maior sensibilidade ambiental. O Angel Blue, garantido pelo Ministério do Meio Ambiente alemão, foi introduzido em 1977, e já beneficiou 3.600 produtos. A experiência canadense Ecologic Choise (1988) é um pouco mais rigorosa, e até junho de 1992 somente 14 produtos ganharam tal aval. Vale citar, ainda, o Eco Mark instituído no Japão (1989), pela Associação Japonesa de Meio Ambiente, que concedeu, até 1993, 2.500 selos. Nos EUA os selos ecológicos (Green Cross e Green Seal 1990) são endossados por ONGs ecológicas. (MAIMON, 1996, p. 16).

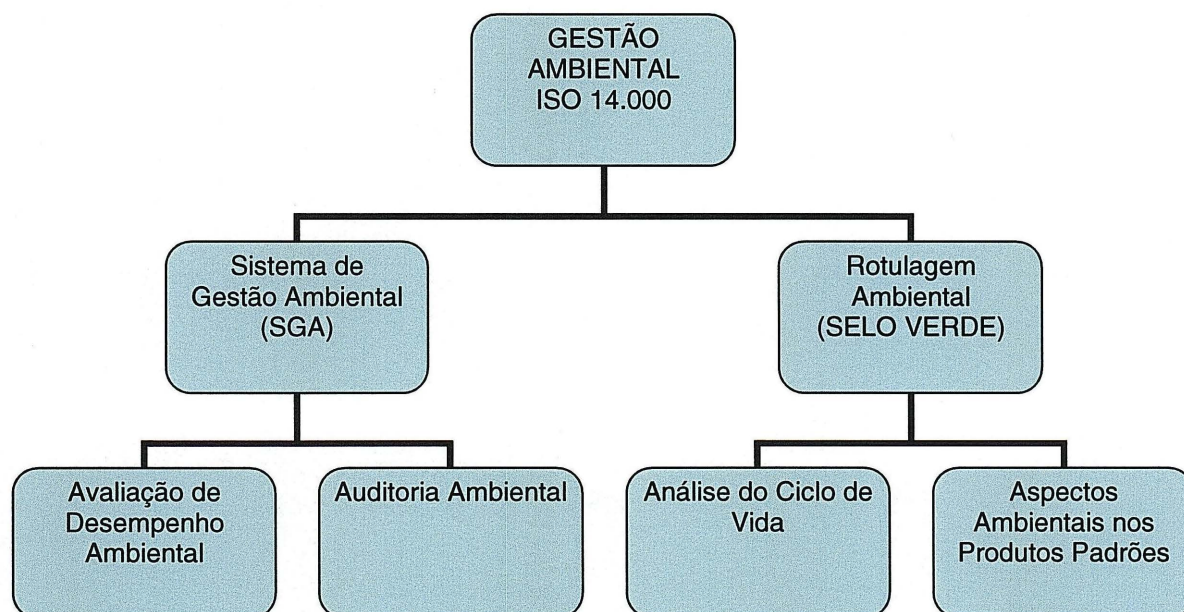
As certificações ambientais são consideradas, portanto como um diferencial de mercado, porém muitos questionam se elas não criaram barreira de comércio. Na verdade, as certificações ambientais podem ser classificadas como barreiras de

comércio se houver algum tipo de incoerência nos critérios e normas aplicados, ou na aplicação de procedimentos de testes injustificadamente rigorosos que visem restringir a obtenção do selo e também caso haja monopólio de determinados países na concessão da certificação.

#### 2.4.2 Certificação ISO 14.000

A *International Organization Standardization* – ISO, fundada, em 1947, com sede em Genebra na Suíça, é uma organização não-governamental que reúne os órgãos de normalização de mais de 100 países. A ISO busca normas de homogeneização de procedimentos, de medidas, ou de uso que em uma análise global consiga atingir um consenso internacional em todos os domínios de atividades. De forma simplificada, a figura abaixo exemplifica a ISO Série 14.000, refletindo esta homogeneização de normas entre os países, a ISO 14.000 pode ser visualizada em dois grandes blocos, o SGA direcionado para organização e a Rotulagem Ambiental direcionada para processos.

FIGURA 1 – GESTÃO AMBIENTAL ISO 14.000



Fonte: Maimon (1996, p.70) – adaptado pelos autores.

Analisando a figura da Gestão Ambiental ISO 14.000 nota-se que esta série cobre seis áreas, tanto no nível do Sistema de Gestão Ambiental, isto é, na Avaliação do Desempenho Ambiental e da Auditoria Ambiental da organização, quanto no nível da Rotulagem Ambiental, isto é, através da Análise do Ciclo de Vida e Aspectos Ambientais nos Produtos.

Esta figura mostrou de forma simplificada a estrutura da ISO Série 14.000, neste momento é importante relacionar as diversas normas divididas em subcomitês temáticos: Sistema de Gestão Ambiental, Auditorias Ambientais, Rótulos Ecológicos, Avaliação da Performance Ambiental, Análise do Ciclo de Vida do Produto, Termos e Definições e Aspectos Ambientais em Normas de Produtos. Segue abaixo tabela com esta relação e a classificação das demais ISO classificadas como normas da ISO 14.000. Com destaque, a certificação mais discutida e utilizada atualmente com a criação de grupos de empresas e de auditores ambientais é a certificação da ISO 14.001, Sistema de Gestão Ambiental – SGA.

TABELA 2 – ISO SÉRIE 14.000 (NORMAS)

ISO SÉRIE 14.000 (NORMAS)	
14.001	SGA - Especificações para implantação e guias (DIS).
14.004	Sistemas de Gestão Ambiental (SGA) - Diretrizes Gerais (DIS).
14.010	Guia para auditoria ambiental - Diretrizes Gerais (DIS).
14.011 -1	Diretrizes para a auditoria ambiental e procedimentos para auditoria Parte 1: Princípios gerais para auditoria dos SGAs (DIS).
14.012	Diretrizes para a auditoria ambiental - Critérios de qualificação de auditores.
14.020	Rotulagem Ambiental - Princípios Básicos.
14.021	Rotulagem Ambiental - Termos e Definições para aplicação específica.
14.022	Rotulagem Ambiental - Simbologia para os rótulos.
14.023	Rotulagem Ambiental - Testes e metodologias de verificação.
14.031	Avaliação da performance ambiental do sistema de gerenciamento.
14.032	Avaliação da performance ambiental dos sistemas de operação.
14.040	Análise do ciclo de vida - Princípios gerais e práticas.
14.041	Análise do ciclo de vida - Inventário
14.042	Análise do ciclo de vida - Análise dos impactos
14.043	Análise do ciclo de vida - Mitigação dos impactos
14.050	Termos e definições
14.060	Guia de inclusão dos aspectos ambientais nas normas de produto.
14.070	Diretrizes para o estabelecimento de impostos ambientais.

Fonte: Maimon (1996, p.70) - adaptado pelos autores.

Segundo Maimon a participação brasileira na ISO série 14.000 é representada pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas e possui a participação do INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial.

O Brasil, membro fundador da ISO, é representado pela ABNT, fundada em 1940, que corresponde ao Fórum Nacional de Normalização e promove a elaboração de normas em diversos domínios de atividade, além de efetuar a certificação de produtos e sistemas. A ABNT tem direito a voto na ISO. O INMETRO coordena a Comissão Técnica de Certificação Ambiental. A missão deste último é recomendar ao Comitê Brasileiro de Certificação os procedimentos, critérios e regulamentos que serão utilizados para o credenciamento de organismos de certificação de gestão ambiental, para a certificação e registro de auditores ambientais e de cursos para auditores ambientais. (MAIMON, 1996, p. 71).

## 2.5. AUDITORIA AMBIENTAL

Com a mudança de conscientização do mercado frente aos danos ambientais causados pelas empresas, muitas organizações perceberam que mudando também a sua própria atitude, isto poderia torná-las mais competitivas no mercado globalizado. A auditoria ambiental está sendo inserida nas organizações para tornar mais transparente as práticas ambientais adotadas pelas empresas ao mercado e a sociedade como um todo. Normas ambientais e legislação ambiental sempre existiram, porém crimes ambientais ocorriam devido à falta de fiscalização.

A ameaça de uma possível retaliação por parte dos consumidores caso algo fosse revelado relacionando a empresa a ações degradantes ao meio ambiente foi determinante para que muitas empresas percebessem a inadiável necessidade de assumir suas responsabilidades sociais, sob o aspecto de proteção e preservação do meio ambiente. Ribeiro coloca que:

A auditoria, em si, compreende o exame sistemático ou vistoria de caráter técnico e especializado dos processos em uma empresa. Enquanto a auditoria contábil se preocupa com a adequação das práticas e procedimentos à luz dos princípios fundamentais de contabilidade, visando à continuidade da empresa, a auditoria ambiental volta-se para as práticas e procedimentos utilizados na operacionalização do controle e conservação ambientais, comparativamente aos parâmetros estabelecidos no sistema

de gerenciamento adotado, com vistas à continuidade da empresa sem agressão ao meio ambiente. (RIBEIRO, 2006, p. 154).

No caso dos bancos, a grande maioria adota algum tipo de prática ambiental e no decorrer dos anos é possível verificar um aumento da importância remetida à adoção de novas medidas, e esta mudança é de extrema relevância. Isto não releva, porém, o fato de muitos outros ainda não terem efetivamente criado soluções ou alterado comportamentos com vistas a melhorias ambientais.

Com estas mudanças, o que é possível verificar, geralmente em empresas de grande porte, é a criação de cargos e áreas específicas para melhor gerenciar as questões ambientais. O efeito desta nova fase no mercado é a contratação de novos profissionais, com a função de estudar e monitorar a viabilidade de novos projetos, a adequação dos sistemas e equipamentos operacionais em uso, visando adequá-los ao processo de redução e/ou eliminação.

A co-responsabilidade das instituições financeiras quando financiam empresas poluentes tem feito com que a identificação e avaliação do Passivo Ambiental ganhem importância em alguns países desenvolvidos. Martins e Ribeiro comentam reportagem do Jornal Gazeta Mercantil:

No estado da Geórgia-EUA uma instituição financeira - Fleet Factors - concedeu um empréstimo para uma estamparia de tecidos, tomando como garantia as instalações de produção e os equipamentos. Algum tempo depois, tendo esta empresa falido, a Fleet beneficiou-se da venda de alguns de seus bens como compensação pelo empréstimo concedido. Foi, então, considerada responsável pelos rejeitos poluentes deixados pela empresa, sendo processada pela Agência de Proteção Ambiental (EPA) dos Estados Unidos, a qual requeria a cobertura dos custos de remoção de amianto e outros processos de limpeza nas instalações. De acordo com entendimento da EPA, a instituição financeira tinha condições de influenciar na administração da empresa, conseqüentemente no tratamento dispensado aos rejeitos perigosos, tendo em vista o montante do empréstimo concedido. (MARTINS, E. RIBEIRO, M. S., 1993, p.9)

Nos Estados Unidos, os bancos têm restringido a concessão de empréstimos, principalmente às pequenas empresas que apresentem qualquer risco ambiental potencial. Os riscos que os bancos correm nas operações de liberação de crédito são: o risco de mercado, em que diversos fatores podem afetar o mercado e a empresa não ter condições de honrar com seus compromissos, o risco de crédito, com a possibilidade da falência da empresa, e o risco de imagem sendo este muitas

vezes causador de um prejuízo maior que os citados anteriormente. O risco de imagem é a instituição financeira ser responsabilizada pelos prejuízos causados ao meio ambiente pela empresa a qual concedeu crédito. Devido a estes fatores os bancos norte-americanos tornaram a avaliação dos riscos ambientais um dos itens obrigatórios nos processos de aprovação de empréstimos e esta situação se repete aqui no Brasil, em que muitas instituições financeiras estão atentas ao que ocorre mundialmente em seu meio e estão copiando a mesma postura, adotando estes novos procedimentos.

### 2.5.1 Padrões de Auditoria Ambiental segundo a ISO 14.001

Verificando o contexto da auditoria ambiental não há como não envolver as normas e obrigações. As normas servem como guia para que a empresa se adapte ao que o mercado está desejando e valorizando. Desta forma, as empresas estão focadas em obter certificações que as possibilitarão ter um diferencial e com isto poder aumentar sua competitividade.

A obtenção da certificação ISO 14.001 adotada como padrão de auditoria ambiental obriga as empresas a cumprirem rígidas normas de preservação ambiental. E está ocorrendo uma grande procura por empresas brasileiras para serem certificadas. Nota-se, porém que neste cenário a grande maioria das empresas que buscam cumprir todas as exigências e conseguir a certificação são grandes corporações e geralmente empresas exportadoras.

A restrição referida anteriormente a grandes corporações ou empresas exportadoras justifica-se pela grande quantidade de obrigações que devem ser seguidas para a certificação e como isto gera um custo, para as empresas menores ou que não exportam, o custo é tão elevado que não compensa investir nesta obtenção neste momento. Para se ter uma noção da dimensão das obrigações a que as empresas se submetem há a criação de uma estrutura capaz de monitorar os processos produtivos com possibilidade de causar algum tipo de ameaça à natureza, formas de reverter esta situação e a forma de destinação dos resíduos tanto recicláveis quanto os não recicláveis. Para as empresas exportadoras é interessante investir na obtenção mesmo enfrentando os custos elevados para a própria

continuidade no mercado devido à crescente exigência do mercado externo. Como os bancos avaliam a questão ambiental para liberação dos empréstimos, também muitas empresas buscam a certificação por acreditar que compensa arcar com este custo para facilitar a concessão de financiamentos.

Desta forma, a ISO 14.001 além de colaborar para a preservação do meio ambiente traz as empresas a possibilidade de melhorar seus rendimentos através da maior visibilidade com o mercado pelo fato de adotar práticas ambientais e possuir a certificação. Resumindo, com a crescente busca pela ISO 14.001 quem lucra é a natureza e as empresas certificadas, neste cenário muitos bancos já são certificados.

Considera-se que possivelmente as demais empresas no futuro irão reconhecer as vantagens da certificação e perceberão a necessidade de mudança na sua postura, através da conscientização ambiental.

## 2.5.2 Princípios do Equador

Nesta busca por manter um padrão de responsabilidade ambiental com os financiamentos concedidos as empresas os bancos estão seguindo uma série de princípios. Os Princípios do Equador envolvem a sustentabilidade e os impactos na conduta ambiental dos bancos. Nas instituições financeiras, sessenta bancos já endossaram os princípios e destes, dezoito têm atividade no Brasil. De acordo com o Instituto Observatório Social:

Ao adotar esses princípios, procuramos garantir que os projetos que financiamos sejam desenvolvidos de forma socialmente responsável e reflitam as práticas de gestão ambiental. Acreditamos que a adoção a aplicação desses princípios ofereçam benefícios significativos para nós mesmos, para nossos clientes e para outras partes envolvidas. Esses princípios estimularão nossa habilidade de documentar e gerenciar os riscos relacionados a questões ambientais e sociais associados ao projeto que financiamos, permitindo-nos, assim, um engajamento pró-ativo com nossas partes envolvidas nas questões de política ambiental e social. O respeito a esses princípios nos permitirá trabalhar com nossos clientes no que diz respeito a suas questões de política social e ambiental relacionadas a seus investimentos nos mercados emergentes. (INSTITUTO OBSERVATÓRIO SOCIAL, 2004, p. 1).

Além da certificação da ISO, e também para os bancos que ainda não a conseguiram, estes princípios devem servir como base ou como um padrão comum na análise de financiamentos de projetos, com isto os bancos poderão seguir o mesmo raciocínio, ou seja, seguirão os mesmos princípios na implementação de procedimentos e padrões internos relacionados a questões sociais e ambientais.

Desta forma, as propostas de financiamento de projetos serão analisadas de maneira mais cuidadosa e por meio da utilização destes princípios será possível rejeitar projetos que não atendam a todas as exigências ou que simplesmente as empresas solicitantes não concordem com as políticas e procedimentos ambientais e sociais estabelecidos.

## 2.6. MARKETING AMBIENTAL

O marketing sempre foi utilizado como ferramenta para divulgação de produtos e serviços e como meio para criar a vontade, o desejo das pessoas em ter determinado objeto ou de adquirir determinado serviço. Com esta intenção o marketing acabou influenciando e influencia até hoje no padrão de consumo das pessoas. Porém, com a questão ambiental se tornando cada vez mais presente o marketing se transformou e com isto houve uma evolução do conceito do marketing e na sua relação com o meio ambiente.

### 2.6.1 Padrão de Consumo e o Meio Ambiente

O crescimento econômico continua a ser a principal meta de política governamental de diversos países, e muitas vezes, o desenvolvimento das economias acaba por agredir o meio ambiente, seja pelo uso em maior quantidade e intensidade dos recursos naturais, seja pelos maiores níveis de emissão de poluentes.

A dinâmica de acumulação capitalista e do elevado padrão de consumo correspondente, marcado pela criação incessante de novas necessidades de consumo, compõe a lógica do processo de acumulação de capital em vigor desde a ascensão do capitalismo. Faz parte da natureza humana querer melhorar o que é

ineficiente e incompleto. A criação de novidades torna-se imperiosa quando a qualidade de vida entra em conflito com a percepção de que determinados objetos utilizados atualmente são obsoletos. Analisando o padrão de consumo mundial Brandão coloca que:

Sabe-se que a população dos EUA, que corresponde a cerca de 5% do total mundial, é responsável pelo consumo de aproximadamente 25% dos recursos naturais mundiais (produzindo em torno de 25% da poluição atmosférica global). Por hipótese, se os 75% dos recursos restantes fossem consumidos de acordo com o atual padrão de consumo dos EUA, somente mais 15% da população mundial teria esta oportunidade, ficando os 80% restantes totalmente sem recursos. É claro que se trata apenas de um exercício de aritmética, mas ilustra bem o que significa ter como objetivo alcançar o padrão de consumo americano, ou mesmo de outros países do “primeiro mundo”. Quanto aos indivíduos a prioridade deveria se deslocar da acumulação de bens materiais, para a busca por um estilo onde as perspectivas de uma vida decente sejam viáveis para a maioria. Os bens materiais, tão desejados, somente são alcançados por uma minoria e são, em sua grande parte, supérfluos perto das necessidades quase que absolutas das parcelas mais carentes da população. (BRANDÃO, 1993, p. 27).

Ainda referente ao caso brasileiro, pode-se verificar a elevação do padrão de consumo no decorrer dos governos com o desenvolvimento do país. Governos Jânio, Goulart e Castello Branco assistiram ao maior salto no número de automóveis em circulação na história do país. Tudo fruto da iniciativa anterior de JK de trazer a Volkswagen para o Brasil. Governo Castello Branco, a reforma tributária de 1966 reduziu impostos e impulsionou o consumo de eletrodomésticos. Houve a consolidação da indústria brasileira, instalada no governo JK, e a gradativa queda dos preços dos produtos, o que possibilitou um crescimento médio anual de 15% nas vendas entre 1967 e 1980. Governos Médici e Geisel, o “milagre econômico” trouxe a implantação da TV em cores no Brasil, e o volume de televisores instalados foi recorde. Investimentos em infra-estrutura de telecomunicações realizados no período explicam a explosão do consumo. Governos Fernando Collor e FHC, o grande salto da venda de computadores deu-se no auge do Plano Real. Mas a base foi criada em 1991, quando Collor extinguiu a reserva de mercado de informática e baixou as alíquotas de importação. (GUANDALINI, 2006). Contudo, mesmo o Brasil tendo potencial para crescer, e tornar-se uma nação cada vez mais moderna, mais competitiva, ainda está falhando na forma de investir os retornos deste crescimento

em serviços básicos, como segurança, educação e saúde e principalmente na preservação ambiental.

Levando-se em conta a posição social da problemática ecológica no desenvolvimento capitalista, na concepção de Enzensberger, Nobre e Amazonas (2002, p. 33) relatam: “No final das contas, é fácil entender que a classe trabalhadora preocupa-se pouco com problemas ambientais gerais e esteja disposta apenas a tomar parte em campanhas em que se trata de melhorar diretamente suas condições de vida e de trabalho. Na medida em que pode ser considerada uma fonte de ideologia, a ecologia é uma questão que diz respeito à classe média”.

Desta forma, a distribuição de renda desigual e as externalidades permitem analisar de que modo os recursos naturais são pressionados pelos padrões de consumo. As pressões incluem as cargas de poluição e os usos dos recursos relacionados com a produção e o consumo direto do bem. A capacidade de analisar as relações entre os diferentes níveis de consumo pessoal e os possíveis efeitos ambientais nos recursos naturais é crucial para avaliar futuros problemas ambientais. Dentre eles, tido como dos mais alarmantes seriam os custos de saúde associados à poluição da água, pois pela água muitas doenças são transmitidas principalmente pela falta de saneamento básico e os custos de saúde relacionados à poluição do ar, problema cotidiano nos centros urbanos de pessoas com doenças respiratórias. Seroa da Motta expõe:

Os níveis de poluição devem-se à crescente urbanização e às suas mudanças no padrão de consumo, que ocorrem juntamente com uma distribuição de renda desigual. A degradação pode ser altamente concentrada nos padrões de consumo dos grupos de alta renda que apresentam altos níveis de propriedade de bens duráveis, de consumo de energia e água e de geração de esgoto e lixo. As restrições na renda, entretanto, reduzem drasticamente a capacidade dos pobres para efetuar gastos defensivos contra os efeitos negativos da degradação, como atenção médica e um melhor ambiente de habitação. Em outras palavras, os pobres podem estar consumindo a degradação dos ricos. (SEROA DA MOTTA, 2002, p.8).

Segundo Opschoor (1998), o interesse principal no debate sobre o desenvolvimento humano e na mudança social é relacionado à consistência de objetivos do desenvolvimento econômico, objetivos especialmente sociais e ambientais. O desenvolvimento humano inclui tais valores como a necessidade para

verificar a disponibilidade de possibilidades de desenvolvimento sustentável às gerações futuras, enquanto continua dando a atenção devida a urgência de se dirigir às necessidades da geração atual. Daly salienta a busca por maximização do bem-estar:

Felicidade é uma das forças motrizes do crescimento insustentável e tem sido o axioma da insaciabilidade: as pessoas serão sempre mais felizes consumindo mais. Entretanto, pesquisas de economistas experimentais e psicólogos levam à rejeição desse axioma. Cada vez mais evidências, como o trabalho de 1990 de Richard A. Easterlin, da Universidade do Sul da Califórnia, sugerem que o crescimento nem sempre incrementa a felicidade (nem a utilidade ou o bem-estar). Ao invés disso, a correlação entre o rendimento absoluto e a felicidade é válida apenas até um limiar de "suficiência"; além desse ponto, apenas o status relativo influencia a auto-percepção de felicidade. (...) É muito provável que os países ricos tenham atingido o "limite de futilidade", ponto além do qual o crescimento não incrementa a felicidade. (DALY, 2005, p. 59)

O bem estar das gerações futuras se torna um bem público e, como tal, exige uma ação coletiva da sociedade organizada para evitar que essa transferência de recursos venha a ser injusta. Mantidos os atuais padrões de consumo e degradação pouco restará para as gerações futuras. A velocidade com que se utilizam as riquezas do meio ambiente é muito maior que a sua natural reposição. A consciência ambiental que a sociedade está gradativamente incorporando no seu dia-a-dia é um alívio ao meio-ambiente que durante anos vinha sendo tratado com tamanho descaso. Este despertar ecológico mesmo tardio está transformando diversos países e permitindo que haja uma correta utilização dos recursos naturais para que dessa forma se viabilize o prolongamento da sua característica de fonte de matéria-prima.

Giorgi relaciona a preocupação do futuro com a questão da distribuição de renda, em destaque o caso do Brasil:

Por pior que seja a distribuição de renda no Brasil, é inegável que a expansão do PIB acaba melhorando a vida de quase todos. Se o país tivesse crescido 10% e não 2,3% no ano passado, representantes de todas as camadas sociais se beneficiariam. Mesmo com a vergonhosa distribuição de renda no país, quando o tamanho do bolo aumenta, as migalhas também se tornam mais fartas (na forma de caixas de papelão de eletrodomésticos novos para os catadores de lixo, por exemplo). Mas a coisa muda de figura quando falamos seriamente sobre meio ambiente e quando pensamos no que vai acontecer no mundo que queremos deixar para as futuras gerações. Não há mágica que permita a expansão contínua e constante da economia, pois os recursos necessários para a produção

dos bens de consumo são limitados. Alguns deles são finitos e outros renováveis, mas nem uns nem outros podem suportar por muito tempo um crescimento desenfreado da economia. (GIORGI, 2006, p.20).

A extração aumentada de recursos naturais, a acumulação do desperdício, e a concentração dos poluentes oprimem a capacidade da biosfera frente à degradação ambiental e declinam o bem-estar humano, apesar das rendas se elevarem. Muitas vezes a degradação ambiental coloca a própria continuidade da atividade econômica em risco.

A análise dos erros da má utilização dos recursos naturais é valiosa para diminuir o risco de novas falhas no futuro. Os estoques de capital ecológico estão sendo consumidos mais rapidamente do que sua capacidade de regeneração, mas o crescimento pode ser reconciliado com a preservação do meio ambiente. Neste momento de preocupação ambiental, novos valores morais estimulam a viabilidade das possibilidades de desenvolvimento sustentável para as gerações futuras. A definição de desenvolvimento humano inclui: escolhas de emprego, participação, e notavelmente sustentabilidade: esta preocupação traz consigo as necessidades das pessoas agora e no futuro. (OPSCHOOR, 1998).

Diferentemente da destruição capital construído pelo homem, a degradação ambiental pode, com frequência, tornar-se irreversível e os ativos ambientais em sua maioria não são substituíveis. O alcance das escolhas sociais, políticas e econômicas de grupos ou indivíduos está se expandindo e um estilo de vida mais consciente com os efeitos de degradação está se sobressaindo. As preocupações habituais com educação, saúde persistem, mas agora está sendo inserida esta nova preocupação.

Nobre e Amazonas (2002) destacam o sentido do Relatório de Brundtland, segundo o qual a tradução do apelo para o desenvolvimento sustentável em ação concreta não significava apenas a construção de uma verdadeira cooperação global, mas também, e principalmente, o estabelecimento dos mecanismos necessários para as transferências financeiras e tecnológicas necessárias para combater a degradação ambiental e a pobreza no Terceiro Mundo. Este relatório ressalta ainda que Nobre e Amazonas (2002, p. 42), “há necessidade de utilizar os recursos

naturais de forma mais eficiente, reduzindo tanto a poluição como o consumo de recursos naturais per capita, respeitando os limites do planeta”.

Devem ocorrer mudanças de tecnologia juntamente com mudanças de comportamento. Na visão de Hunter (2000, p. 48) “um novo modelo de negócios, baseado na preservação da natureza, torna o capitalismo industrial obsoleto. O capitalismo natural aplica sólidos princípios capitalistas não somente ao capital financeiro e manufatureiro, mas também a duas formas ainda mais importantes de capital – natureza e gente -, sem as quais não há vida nem, portanto, atividade econômica”. A preocupação não está focada apenas na natureza finita dos recursos, mas, além disso, nos ganhos de produtividade altamente lucrativos que a utilização correta dos recursos gera, por meio da redução dos custos e melhora no desempenho. Assim, cada bem ou conforto gerado pela indústria carrega uma história oculta no seu processo de extração de matéria prima e produção de matéria manufaturada. A ordem é não desperdiçar.

## 2.6.2 Marketing e a Questão Ambiental

Seroa da Motta (2002, p.45) coloca que “em qualquer sociedade urbana e industrial, o padrão de consumo aumenta a pressão sobre os bens e serviços ambientais”. E é com esta pressão que o marketing tornou-se “verde”. Segundo Dias há uma cadeia de fatores que levam à necessidade do marketing ambiental:

O aumento do consumo levou a um aumento da produção de bens e, conseqüentemente, a uma maior utilização de matérias-primas naturais. Esse mesmo aumento da produção de bens levou ao crescimento dos resíduos decorrentes de embalagens e restos gerados pelos bens consumidos. Há um aumento significativo do fluxo de informações ecológicas na sociedade, o que leva a uma maior exigência de bens ambientalmente corretos. Há um aumento do segmento de consumidores que exigem produtos não nocivos ao meio ambiente. A legislação ambiental tem-se tornado cada vez mais rigorosa. As empresas têm sido pressionadas cada vez mais para assumirem posturas de responsabilidade social nos locais onde atuam, e entre estas as posturas ambientalmente corretas são cada vez mais relevantes. (DIAS, 2009, p.18).

E, seguindo estes conceitos, são listadas as possíveis razões das empresas de um modo geral incluindo nesta percepção os bancos como instituições

financeiras adotarem o marketing ambiental, ou também chamado de marketing verde. Segundo Dias:

As organizações percebem que o marketing ambiental pode ser uma oportunidade que pode ser usada para realizar seus objetivos. As organizações acreditam que têm uma obrigação moral de serem mais responsáveis socialmente. As organizações governamentais estão forçando as empresas a serem mais socialmente responsáveis. As atividades ambientais dos competidores pressionam as empresas a modificar suas atividades de marketing ambiental. Fatores de custo associados com a disposição de resíduos ou reduções no material utilizado forçam as empresas a modificar seu comportamento. (DIAS, 2009, p.19).

De modo geral, as empresas estão transformando seus produtos e serviços em algo ambientalmente responsável e em vista de todo o esforço despendido o marketing é o canal que irá informar ao cliente e a toda sociedade sobre esta nova consciência da empresa. Diante da realidade incontestável de ter que aplicar recursos na área ambiental, muitas empresas decidiram utilizar tais investimentos como elementos de marketing, demonstrando sua preocupação com o meio ambiente, projetando sua imagem e a de seus produtos junto à sociedade, essencialmente a seus clientes e acionistas efetivos ou potenciais. Esta política de marketing tornou-se um fator competitivo entre as empresa.

## 2.7. ESTRATÉGIAS DAS EMPRESAS

Com a expansão da consciência coletiva com relação ao meio ambiente e a complexidade das atuais demandas sociais e ambientais que a comunidade repassa às organizações as empresas perceberam o momento de ter um novo posicionamento, surgiu a necessidade de empresários e executivos buscarem novas estratégias de mercado, em face de tais questões.

Um dos efeitos mais importantes da competição global foi o redirecionamento do poder para as mãos do comprador. Em um ambiente competitivo, com excesso de oferta, é sabido que o poder de negociação está do lado do comprador, pois havendo diversas empresas e escassez de demanda, o comprador possui uma gama muito grande de opções. Nos itens que o comprador julga importante está sendo cada vez mais constante a análise de como a empresa se relaciona com o meio ambiente e é esse o novo poder que os compradores estão aprendendo a

usar, poder de compra e poder de influência ambiental no mercado. Tachizawa explica este comportamento:

O comportamento dos consumidores está criando novas relações com as empresas no mundo inteiro e delineando os contornos de uma nova ordem econômica. Na Europa, questões de segurança que envolvem os direitos dos consumidores já estão na pauta das negociações comerciais, e suas conclusões certamente vão interferir no sistema de trocas mundial, já é natural levar em conta os direitos dos consumidores em tudo o que se faz para regular as relações econômicas. O mais provável é que essa tendência marque o perfil da economia globalizada num futuro próximo. (TACHIZAWA, 2006, p. 21)

Como citado por Tachizawa (2006) essa tendência alterou o perfil do consumidor. O consumidor do futuro, inclusive no Brasil, passará a privilegiar não apenas preço e qualidade dos produtos, mas, principalmente, o comportamento social das empresas fabricantes desses produtos. Como resultado dessa tendência, o conceito de gestão ambiental dentro das organizações com a implantação do SGA é uma perspectiva muito forte e assim deverá continuar. No decorrer dos anos é provável que o cliente passe a influenciar ainda mais as decisões das empresas, isto significa que, o executivo nas empresas deverá verificar antes de tudo qual a principal demanda de seus clientes, e buscando atender a necessidade do cliente unir a eficiência com a sustentabilidade.

A sustentabilidade das empresas pode ser divulgada amplamente a seus consumidores através dos programas de rotulagem ambiental (selo verde) que passam a ser crescentemente adotados em diferentes países, principalmente, com base na análise do ciclo de vida do produto e conferidos por instituições independentes, sejam governamentais ou não governamentais. Segundo Tachizawa (2006, p. 21) “É uma mudança que, no Brasil, já está afetando as exportações de produtos por parte das empresas e sinaliza novos padrões de consumo e de realização do comércio e trocas econômicas internacionais”.

### 2.7.1 Consumidor Verde

As vantagens competitivas e na imagem das empresas já foram largamente discutidas. A responsabilidade ambiental é um adicional na competitividade e

representa uma nova oportunidade de negócios, pois os problemas ambientais estão sendo considerados prioritários pelos consumidores sobre a questão do crescimento econômico.

Um novo termo passa a ser utilizado para designar este consumidor com sensibilidade ambiental, conhecido como consumidor verde, trata-se do consumidor cujas opções refletem uma preocupação com o meio ambiente. Maimon (1996) classifica as características do consumidor verde, como um consumidor que verifica a qualidade do produto, o qual deverá incorporar o impacto ambiental causado em sua produção ou consumo e prefere pagar um preço mais elevado por produtos ecológicos. Quanto às características da embalagem: não adquire produtos com empacotamento excessivo; prefere os produtos com embalagem reciclável ou retornável; evita comprar produtos com embalagem não biodegradável e não carrega comprar em embalagem de plástico. Quanto às características do produto: escolhe produtos isentos de alvejantes ou corantes; observa a biodegradabilidade do produto; recusa os produtos derivados de flora e fauna em extinção; observa os certificados de gestão e observa os selos verdes. Segundo Maimon existe também a percepção ambiental por diferença de níveis de classes sociais:

Como a percepção ambiental tem diferentes significados nas distintas classes e segmentos de mercado, o desenvolvimento de uma nova consciência das questões ambientais e seus impactos na vida dos consumidores supõe uma nova organização social onde o consumismo, o desperdício e a predação cedam lugar à cooperação, à ampliação dos direitos, à afirmação da qualidade de vida e do consumo responsável e sadio. (MAIMON, 1996, p. 36)

É possível que esta preocupação do consumidor verde torne o consumo mais duradouro e contínuo, pois com o crescimento desta sensibilidade ambiental perante as demais pessoas e demais consumidores, haverá um maior reaproveitamento dos recursos e componentes do sistema de produção e consumo, tornando inclusive o que seria considerado lixo em fontes alternativas de energia.

## 2.8. BANCOS COMERCIAIS

Os bancos comerciais são intermediários financeiros entre os poupadores e os tomadores, dentre as diversas atividades relacionadas aos bancos comerciais, a liberação de crédito é a principal. Na Resolução CMN 2.099, de 1994 consta: Os bancos comerciais são instituições financeiras privadas ou públicas que têm como objetivo principal proporcionar suprimento de recursos necessários para financiar, a curto e a médio prazos, o comércio, a indústria, as empresas prestadoras de serviços, as pessoas físicas e terceiros em geral. A captação de depósitos à vista, livremente movimentáveis, é atividade típica do banco comercial, o qual pode também captar depósitos a prazo. Deve ser constituído sob a forma de sociedade anônima e na sua denominação social deve constar a expressão "Banco".

Atualmente os bancos comerciais operam em praticamente todos os setores de atividades empresariais. Dentro de seu conglomerado há seguradoras, previdência privada, crédito imobiliário, leasing, capitalização, sociedades de investimento e poupança, financeiras e demais setores que conseguem atingir todas as necessidades do mercado, por meio de uma variedade imensa de serviços. Desta forma os bancos comerciais conseguem mesmo atuando indiretamente prestar os serviços e atendimentos demandados.

Dentre algumas estratégias que os bancos comerciais estão adotando enquadram-se o deslocamento da prestação de serviços realizados no ambiente interno da agência para canais alternativos como terminais de auto-atendimento, internet e centrais de atendimento. Este movimento é de massificação dos serviços eletrônicos para esvaziar as agências bancárias. Há benefícios de ambos os lados, os bancos conseguem priorizar outro atendimento aos clientes que comparecem à agência, como por exemplo, a realização de negócios, além de reduzir o impacto que causam ao meio ambiente, principalmente com a redução no uso de papel, e para os clientes com a realização de transações por estes canais há maior comodidade e agilidade nas operações, pois sem nem mesmo precisar sair de seu trabalho ou de sua residência, é possível realizar as transações bancárias necessárias com total segurança, desta forma sem a necessidade de enfrentar filas o cliente ganha também mais tempo para realizar outras obrigações.

Porém, como as agências bancárias ainda são vitais, principalmente para realização de negócios, mesmo com a utilização da internet, terminais de auto-atendimento e centrais de atendimento, uma estratégia utilizada pelos bancos é a incorporação de outras organizações bancárias, com isto, aumentam sua capacidade de conquistar mais clientes, nas mais diversas regiões.

Em função das características básicas e das estratégias empresariais genéricas próprias das organizações pertencentes ao setor altamente concentrado, podem-se delinear estratégias de gestão ambiental e de responsabilidade social conforme Tachizawa descreve:

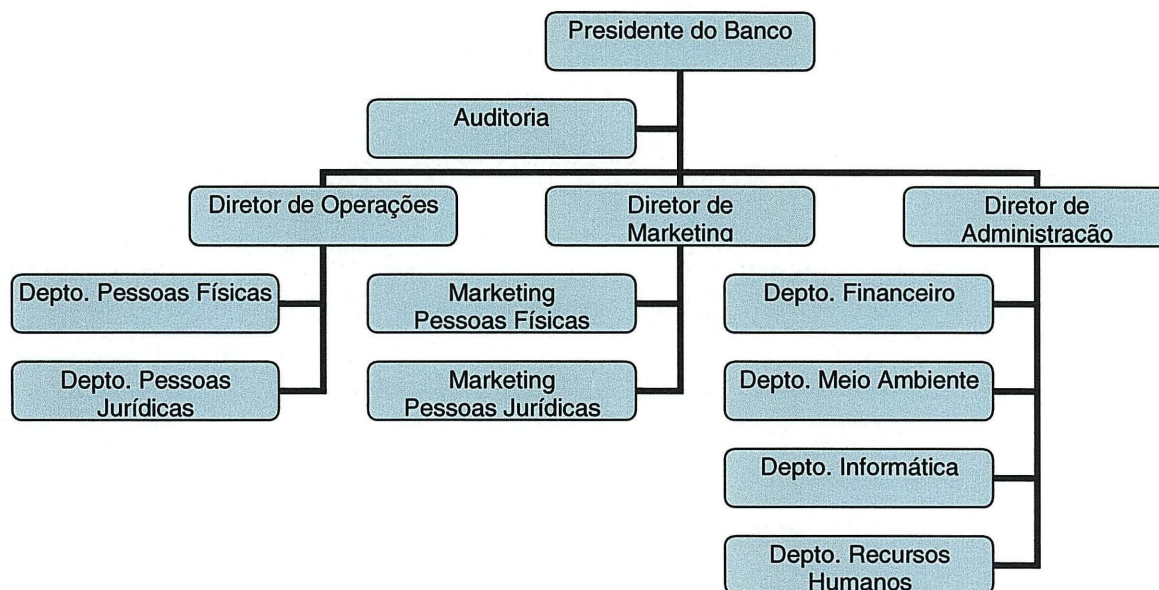
As principais estratégias de gestão ambiental e de responsabilidade social, de caráter genérico, normalmente aplicáveis às organizações desse setor, de baixo impacto ambiental são: projetos sociais em meio ambiente; projetos sociais em educação; projetos sociais em saúde; projetos sociais em cultura; projetos sociais em apoio à criança e ao adolescente; projetos sociais em voluntariado; imagem ambiental da empresa para fins de marketing. (TACHIZAWA, 2006, p. 255)

A inclusão de novas estratégias ou do sucesso da implantação das citadas anteriormente depende também das singularidades e do estilo de gestão, incluindo neste contexto as crenças e valores praticados por cada organização em particular.

### 2.8.1 Estratégias de Gestão Ambiental e Responsabilidade Ambiental

A estratégia adotada pelos bancos combina a estrutura organizacional com a estrutura por processos. Tachizawa (2006) elabora um exemplo de estrutura de um banco em que a função de gestão ambiental e responsabilidade social constituem um departamento, e como órgão de linha vincula-se diretamente ao Diretor de Administração. O autor justifica tal posicionamento hierárquico, como aparentemente enfraquecido, em face da característica de uma instituição financeira ser de uma organização tipicamente de baixo impacto ambiental. A seguir o exemplo de uma organização típica do setor, um banco comercial, em forma de organograma.

FIGURA 2 – ESTRUTURA DE UM BANCO



Fonte: Tachizawa (2006, p.258)

Através da análise do organograma é possível verificar que a auditoria está relacionada a todas as diretorias e, portanto também envolve o departamento de meio ambiente. A diretoria de administração possui em sua dependência e responsabilidade quatro departamentos. Assim se apresenta o departamento de meio ambiente com o mesmo grau de importância dos demais departamentos como o financeiro, de informática e de recursos humanos. Tal análise remete o quanto os bancos comerciais estão preocupados principalmente com o risco de imagem que estão sujeitos não somente nas suas atitudes frente ao meio ambiente, mas também no comportamento ambiental de seus clientes, tomadores de financiamentos.

Resumidamente, as estratégias de negócios das instituições financeiras incluem além da diferenciação de produtos financeiros em relação aos concorrentes com o lançamento de novos produtos, também a promoção institucional da imagem da organização, esta sendo muito divulgada atualmente pelo departamento de meio ambiente, sendo que este departamento precisa da colaboração dos demais departamentos para a realização da gestão ambiental.

Na gestão ambiental, o departamento de recursos humanos está envolvido principalmente na divulgação de campanhas internas ambientais, na

conscientização dos funcionários e na disseminação da política e cultura ambiental aplicada pela organização. Já, o departamento de informática, está envolvido na gestão ambiental com a implementação do *workflow* – fluxo eletrônico de documentos – no sentido de eliminar papéis e documentos em circulação nos processos produtivos e administrativos do banco, com a criação de novos softwares e com o desenvolvimento do sistema de atendimento de clientes *on-line* e via internet.

### 3. METODOLOGIA DA PESQUISA

A partir dos anos 70 inicia-se um movimento ambientalista preocupado com a natureza das atividades econômicas e principalmente no pensamento vigente do crescimento tido como solução para todos os problemas modernos. Dado que, a economia mundial está indissoluvelmente unida ao meio ambiente, pois extrai, processa e consome tudo que vem da natureza, há um forte debate crítico em torno da existência de compatibilidade entre bem estar humano, crescimento econômico e sustentabilidade ambiental. Por se tratar de um assunto com muita abrangência e vasto campo para pesquisa se faz necessário realizar limitações no que remete as práticas ambientais adotadas nas instituições financeiras.

Assim sendo, neste terceiro item será abordada a metodologia da pesquisa. A metodologia da pesquisa é o conjunto de métodos ou caminhos. Neste capítulo se estabelece o modo, o meio e o material de pesquisa, que devem ser adequados ao problema, visando alcançar os objetivos propostos. Primeiramente, o tipo de pesquisa e o ponto de vista de sua natureza, que serão base para a definição da abordagem, técnicas e procedimentos de pesquisa. Em seguida, será exposta a delimitação espacial e temporal, junto à seleção dos produtos das instituições financeiras, que permitirão a consolidação dos dados, análise e tratamento.

#### 3.1. TIPO DE PESQUISA

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. (GIL, 2009).

Quanto ao tipo desta pesquisa é caracterizada como bibliográfica, pois irá se concentrar na análise das informações referentes a conceitos e definições de diversos autores no que tange a Gestão Ambiental, Auditoria Ambiental e Marketing

Ambiental nas empresas, além de demonstrar, a realidade no setor bancário desde a adoção dos Princípios do Equador.

### 3.2. NATUREZA DA PESQUISA

As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinado fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. As pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. São também as mais solicitadas por organizações como instituições educacionais, empresas comerciais, partidos políticos, etc. (GIL, 2009).

Quanto à natureza desta pesquisa é caracterizada como exploratória e descritiva, pois irá comparar as práticas ambientais de maior relevância e através destas informações analisar a postura de responsabilidade socioambiental do Bradesco e Banco do Brasil.

### 3.3. QUANTO A ABORDAGEM, TÉCNICAS E PROCEDIMENTOS

Quanto à abordagem, técnicas e procedimentos desta pesquisa o de maior destaque é a criação de relatórios objetivos, com o auxílio de tabelas, quadros e figuras com o intuito de facilitar a visualização para inclusão nas descrições do trabalho.

### 3.4. DELIMITACAO ESPACIAL E TEMPORAL

Com relação à delimitação temporal a pesquisa se dá a partir dos anos 90, período no qual o tema está mais evidenciado nas relações empresariais, principalmente quando o setor bancário busca adotar práticas ambientais. E a delimitação espacial dentro do setor bancário os bancos Bradesco e Banco do Brasil.

### 3.5. SELEÇÃO DOS RELATÓRIOS

Serão utilizados dados estatísticos, extraídos de pesquisas dos Anuários de Análise de Gestão Ambiental, entre outros, através dos quais se podem perceber a evolução da problemática ambiental e de como os bancos estão estabelecendo dentro de suas organizações os critérios de preservação ambiental.

### 3.6. CONSOLIDAÇÃO DOS DADOS, ANÁLISE E TRATAMENTO

A última etapa do processo de pesquisa é a redação do relatório. O relatório de pesquisa deve conter informações suficientes para esclarecer acerca da natureza do problema pesquisado e dos resultados. A apresentação dos resultados é a parte central do relatório. De modo geral é a mais extensa e pode vir subdividida em vários capítulos. Esta parte, que também é designada como corpo ou desenvolvimento, envolve, de modo geral, a descrição, a análise e a interpretação dos dados. (GIL, 2009).

O tratamento dos dados coletados será através da consolidação das informações e apresentação por meio de tabelas comparativas. Divulgação dos dados através da pesquisa.

#### **4. ESTUDO DE CASO COMPARATIVO BRADESCO E BANCO DO BRASIL**

A relação crescimento econômico e preservação ambiental possui diversas correntes e muita discussão acerca de o que se considera correto ou não para aplicar, implementar, reduzir ou paralisar. Um importante marco e que propiciou a fomentação do tema crescimento – meio ambiente é a responsabilidade das instituições financeiras frente aos danos ambientais. O "Protocolo Verde" só teve aceitação e, na prática, foi inventado exatamente pelos prejuízos que vinham sofrendo os bancos americanos que acabavam por ter que se responsabilizar pelo passivo ambiental de seus clientes. No Brasil, o assunto ainda está em processo de iniciação, porém muitos bancos brasileiros já vislumbrando o futuro estão adotando práticas ambientais como, por exemplo, a verificação do cumprimento da legislação ambiental pelas empresas que deles recebem financiamentos.

Neste item será finalmente verificado o comparativo das práticas ambientais aplicadas pelo Bradesco e Banco do Brasil. Primeiramente, serão analisadas as principais características do setor bancário envolvendo esta temática. Em seguida, a responsabilidade socioambiental do Bradesco e do Banco do Brasil separadamente. Posteriormente, a análise dos itens mais relevantes do comparativo entre estes dois bancos.

##### **4.1. PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO SETOR BANCÁRIO**

O retrato ambiental no setor financeiro mostra a grande preocupação da responsabilidade das instituições financeiras frente ao dano ambiental. Pesquisas realizadas com diversos bancos consolidam esta nova tendência e apontam mudanças neste cenário. As práticas ambientais estão melhorando e se sofisticando a cada ano, inclusive com melhorias na qualidade dos procedimentos adotados.

Os bancos estão estruturando cada qual sua política de gestão ambiental. E com foco nesta política todas as demais ações do banco tanto com o relacionamento com clientes quanto com fornecedores e acionistas irá envolver a análise dos critérios da política de gestão ambiental adotada. Assim também ocorre no surgimento de novos produtos e serviços.

O fato que difere a inserção ambiental no contexto atual das instituições financeiras é que a política ambiental está integrada as demais políticas da empresa, ou melhor, neste momento ela não está isolada, tornou-se parte estratégica do negócio, isso é notório pela ascensão que a área responsável se reporta: diretores e presidentes, ou seja, aos mais altos níveis hierárquicos.

Os bancos perceberam que são mais que instituições financeiras que emprestam crédito, pois todos têm uma imagem a zelar e que pode ser prejudicada no momento em que são responsabilizados pelas atitudes de seus clientes, como por exemplo, pelo fato de terem financiado projetos que causaram danos ao meio ambiente. Há uma preocupação em analisar com maior profundidade a gestão e o risco socioambiental dos clientes, desta forma, faz-se necessária uma avaliação mais rigorosa da conveniência e interesse na concessão do financiamento, em vista de possíveis riscos de imagem ou de reputação decorrentes.

Esta consciência ambiental que os bancos adquiriram acabou por influenciar a própria atitude das empresas e a conscientização que elas passaram a ter, uma vez que, créditos passaram a ser negados e projetos de financiamentos sem aprovação acarretaram prejuízos que poderiam ter sido evitados caso as empresas já tivessem adquirido uma cultura ambiental. Desta forma, os bancos tornaram-se disseminadores desta cultura ambiental, além da preocupação com a própria empresa e da forma como se relaciona com o meio ambiente, os bancos também estão preocupados com a cultura ambiental de quem se relaciona com eles.

No tocante aos fornecedores, houve um aumento percentual dos bancos que para efetuar a contratação de serviços, exigem comprovação da adoção de procedimentos de gestão ambiental, geralmente o cumprimento da lei. Há também verificações sistemáticas como forma de comprovação que os parceiros comerciais continuam a adotar práticas ambientais.

Mas há um fator que os bancos estão falhando. Com relação às informações sobre os projetos que financiam no âmbito dos Princípios do Equador. No Brasil algumas instituições são signatárias dos Princípios do Equador, porém poucas informam o valor por projeto dos projetos financiados de acordo com os critérios estabelecidos.

#### 4.1.1 Análise de Riscos Ambientais

Muitas empresas possuem programas de prevenção de riscos ambientais. As ações destes programas têm em consideração a proteção do meio ambiente e dos recursos naturais e são desenvolvidas no âmbito de cada estabelecimento da empresa, sendo sua abrangência e profundidade dependentes das características dos riscos e das necessidades de controle.

Nos bancos já existem profissionais especializados para análise de gestão e riscos ambientais de seus clientes. Com o decorrer dos anos, muitos bancos adequaram seu quadro funcional para enquadrar este profissional especializado, com isto, gerou um aumento na quantidade de bancos que contam com estes profissionais e seus diretores, na grande maioria, tornaram-se responsáveis a quem a área de análise de gestão e riscos ambientais deve se reportar.

A política de risco, ou também conhecida como política socioambiental está sendo determinante na liberação de créditos elevados em muitas instituições financeiras, inclusive os bancos estão investindo em treinamento de funcionários de crédito e comercial para aplicar e disseminar a política de risco entre os funcionários.

Considerado um avanço no mercado financeiro, esta capacitação dos profissionais nas áreas de crédito e comercial aplicando a política de risco em suas funções permite que os bancos consigam identificar as empresas ambientalmente corretas. O fato de profissionais se dedicarem à análise de gestão e risco socioambiental na área de crédito dos bancos valoriza também a imagem do próprio banco perante o mercado e à sociedade.

#### 4.1.2 Monitoramento e Relação com Clientes

O processo de monitoramento dos riscos socioambientais de forma documentada permite apontar problemas identificados. Através do monitoramento é possível verificar avisos antecipados sobre tendências irreversíveis e com estas informações, os bancos podem projetar os impactos favoráveis e desfavoráveis na relação com os clientes, inclusive os bancos podem adotar procedimentos para estimular a melhoria da gestão socioambiental dos clientes.

A maioria dos bancos já realiza esta prática e alguns também consideram os riscos socioambientais no cálculo do rating financeiro dos seus clientes.

#### 4.1.3 Produtos Atentos ao Meio Ambiente

Aos poucos, os bancos começam a avaliar oportunidades ambientais como fonte para desenvolver novos produtos. A seguir, os principais produtos oferecidos aos clientes que valorizam o cuidado ambiental: Fundos com critérios ambientalmente formalmente estabelecidos; Microcrédito produtivo orientado; Produtos com foco ambiental formalmente estabelecido; Seguro ambiental para resíduos gerados no processo produtivo e Produtos ou Serviços que fomentem projetos de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo.

#### 4.1.4 Uso de Recursos Naturais

O modelo de desenvolvimento dominante de nosso tempo é a globalização econômica, um sistema abastecido pela convicção de que uma única economia global, com regras universais definidas por corporações e mercados financeiros, é inevitável. Como resultado, o mundo está passando por uma transformação tão grande quanto nenhuma outra na história. No centro dessa transformação, está uma total agressão aos recursos naturais.

A teoria macroeconômica é fortemente baseada na meta de crescimento econômico. A realidade do meio ambiente neste século XXI levou a teoria macroeconômica a uma avaliação em termos do padrão de crescimento. A humanidade está esgotando, desviando e poluindo os recursos naturais e o cenário de degradação ambiental nada mais é que produto do crescimento elevado e ilimitado.

Neste cenário, os bancos preocupados com seu papel na sociedade e com o próprio consumo, estão atuando com ações em relação ao consumo dos recursos naturais, envolvendo o consumo de energia elétrica, consumo de combustíveis fósseis, consumo de água e resíduos.

Pode-se classificar como práticas em relação ao consumo de energia elétrica: o monitoramento com indicadores específicos, meta de redução e programa estruturado. A inclusão da questão do consumo de combustíveis fósseis pelos bancos é recente, desta forma, a maioria dos bancos está em fase de desenvolvimento e adaptação de ações específicas voltadas a esta área.

As campanhas de conscientização dos funcionários são determinantes em qualquer foco de consumo do banco, porém é destaque no controle do consumo de água. Além destes, para os resíduos, os bancos classificaram mais práticas a serem adotadas: meta de reuso, metas de reciclagem, processo para diminuir geração, coleta seletiva de lixo, investimento em novas tecnologias para reduzir geração, processo para diminuir o impacto ambiental, garantia de plena conformidade legal no manuseio, transporte, tratamento e destinação.

#### 4.1.5 Política Ambiental Corporativa

A política ambiental corporativa tem como base as decisões estratégicas e operacionais das empresas. Trata-se de como devem analisar seus negócios, sempre considerando aspectos ambientais, econômicos, sociais e humanos na organização. Os principais bancos do país possuem política ambiental corporativa, inclusive estas políticas estão formalizadas em documentos, os demais bancos, afirmam possuir, porém trata-se de políticas informais, não documentadas.

A responsabilidade pela gestão ambiental dos bancos está definida em organograma próprio, apenas para alguns bancos de maneira isolada, ainda permanecem na informalidade, e esta estrutura definida permite que esta área se reporte em alguns casos ao Presidente do banco, em outros ao Superintendente, e na maioria dos casos ao Diretor.

Um fato relevante nas políticas ambientais corporativas dos bancos é a adoção de procedimentos de mitigação de riscos ambientais nas operações físicas. A gestão de riscos é um elemento central na gestão da estratégia de qualquer organização ou projeto, a mitigação é um dos processos desta gestão, através de medidas para evitar, reduzir ou transferir riscos.

Nos últimos anos, um fato ganhou evidência no mercado. A parceria de bancos com ONGs ambientais ou até mesmo, por parte de alguns deles, a criação de fundações ou institutos voltados para o meio ambiente e o desenvolvimento sustentável.

#### 4.1.6 Parceiros Comerciais e Compromissos

Os bancos, que solicitam comprovação de procedimentos de gestão ambiental para contratar parceiros comerciais e fechar compromissos, num contexto geral nos últimos anos, ainda são poucos, a maioria dos bancos exige, mas não de forma sistemática. A seguir, os tipos de comprovação freqüentemente solicitados: licenças e autorizações; apresentação de certificações ou exigências formais; apresentação de relatórios de auditorias e a realização de verificações sistemáticas.

#### 4.1.7 Projetos e Programas Desenvolvidos

Na análise de projetos e programas desenvolvidos pelos bancos, se verifica uma crescente utilização de fontes renováveis de energia. A fonte solar ainda está em desenvolvimento, mas há uma crescente utilização de fonte hídrica e biocombustível.

Algo que está sendo muito difundido com o passar dos anos é o uso de papel reciclado, tanto nas impressões de documentos quanto na elaboração de apostilas de treinamento e agendas anuais. E seguindo esta concepção, os bancos também estão investindo cada vez mais em programas de plantio de árvores com a finalidade de: neutralização das emissões para tornar-se carbono zero, compensação por outros impactos ambientais, ou por contribuição espontânea.

#### 4.1.8 Comunicação e Divulgação

Os bancos, em sua quase totalidade, publicam informações sobre sua gestão ambiental. Estas informações são divulgadas através de relatório anual, informativo anual à CVM, balanço social – Modelo Ethos, Balanço Social – Modelo GRI, Balanço

Social – Modelo Ibase, Balanço socioambiental, e também por meio do site da empresa.

Além das informações publicadas, os bancos também buscam destaque no mercado promovendo projetos de meio ambiente para o público externo de diversos tipos, como: os de cunho educacional, de cunho educacional voltado para professores e alunos, de capacitação da comunidade para práticas sustentáveis, de preservação de fauna, de preservação de flora, e de pesquisa.

## 4.2. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DO BRADESCO

O Bradesco criou a marca Banco do Planeta para definir sua atuação com a responsabilidade socioambiental, cujas ações são classificadas em três pilares: finanças sustentáveis, gestão responsável e investimentos socioambientais. O Bradesco busca alinhar seus negócios ao conceito de desenvolvimento sustentável.

### 4.2.1 Finanças Sustentáveis

O Bradesco criou a Área de Análise de Riscos Socioambientais, no Departamento de Crédito e a Área de Gestão e Monitoramento Socioambiental de Projetos, no Departamento de Relações com o Mercado. Nestas áreas realizam-se as análises dos documentos e também das informações contidas nos relatórios realizados por meio de vistorias sistemáticas em projetos. As atividades realizadas nestas áreas incluem cláusulas contratuais atreladas aos compromissos socioambientais, a criação de plano de ação e a análise das boas práticas aplicadas. No decorrer da vigência do contrato de financiamento o Banco realiza o monitoramento das obrigações socioambientais, incluindo os planos de ação e as responsabilidades previstas. No caso do não cumprimento das obrigações socioambientais estabelecidas, o Banco aplica penalidades previstas no contrato.

O Banco Bradesco realiza a Governança de Riscos Socioambientais através do Comitê Executivo de Responsabilidade Socioambiental com quatro grandes grupos, sendo eles: Estratégia e Gestão, Políticas e Práticas Institucionais, Posicionamentos e Compromissos e Políticas Setoriais.

Adicionalmente, o banco elaborou um fluxo de gestão de Riscos Socioambientais. O decorrer dos procedimentos adotados possui inicialmente a avaliação de riscos socioambientais e projetos, depois a categorização do risco e parecer socioambiental, então por meio do Comitê Executivo de Crédito seguem-se quatro passos: plano de ação acordado com o cliente, contratação de condicionantes socioambientais, monitoramento e por fim, a comunicação.

#### 4.2.2 Gestão Responsável

O Bradesco visando atuar com uma gestão responsável criou dois programas dentro da organização. O Programa de Gestão de Ecoeficiência que gerencia as emissões de Gases de Efeito Estufa – GEE e o Programa TI Verde com iniciativas ambientalmente sustentáveis nas áreas de tecnologia da informação.

O Programa de Gestão de Ecoeficiência visa reduzir os impactos ambientais causados por todo o conglomerado do Banco Bradesco, tanto no consumo dos recursos naturais e materiais quanto na geração de resíduos. A integração da organização Banco Bradesco e empresas coligadas visa replicar ações de ecoeficiência entre todo o público interno. O maior passo para a concretização deste projeto foi dado em 2009 com o envolvimento dos gestores de cada assunto e a conseqüente disseminação da cultura da ecoeficiência.

O Programa TI Verde envolve os 3Rs da sustentabilidade: reduza, recicle e reutilize. Há diversas ações voltadas a estes itens, como: estações de trabalho que consomem menos energia, utilização de cartuchos remanufaturados, soluções remotas em terminais de computadores, evitando o uso de veículos de transporte e a conseqüente emissão de gases poluentes e além destas soluções o Bradesco investiu em terminais de auto-atendimento com componentes recicláveis.

Em vista das metas e objetivos do banco em 2009 o resultado foi positivo. A principal era compensar as emissões de Gases de Efeito Estufa GEE gerados pelo Banco em 2008, incluindo as diferentes unidades administrativas e a Rede de mais de três mil agências espalhadas por todo o país. A ação aplicada para cumprir esta meta foi, por meio do patrocínio da Bradesco Capitalização, a plantação de 189.593 árvores, em parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica.

As metas para 2010 estabelecidas são: a) iniciar projeto executivo da estação de tratamento de efluentes na Cidade de Deus, com término previsto para 2011, b) iniciar processo de coleta seletiva em algumas agências de São Paulo, c) melhorar o sistema de coleta de dados de água e energia, por centro administrativo, d) implantar sistema de carona solidária para o público interno, e) realizar campanha de endomarketing visando ao fortalecimento do Programa de Gestão de Ecoeficiência, f) ampliação do número de colaboradores participantes.

#### 4.2.3 Investimentos Socioambientais

O Bradesco é um dos cofundadores da Fundação Amazonas Sustentável (FAS), criada em dezembro de 2007, em parceria com o governo do Estado do Amazonas e, além deste investimento, desde 1989, mantêm uma sólida parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica.

A Fundação Amazonas Sustentável (FAS) visa à comunhão de dois organismos: conservar a floresta e melhorar a qualidade de vida das comunidades ribeirinhas e com isto, evita-se também que a própria comunidade venha a degradar o meio ambiente como único recurso de sua sobrevivência. O banco repassa à entidade os valores obtidos com a venda de produtos voltados à iniciativa (cartões de crédito e títulos de capitalização).

A Fundação SOS Mata Atlântica é uma organização não governamental, sem fins lucrativos e sem vínculos partidários ou religiosos. Assim como ocorre na colaboração ao FAS, o Bradesco desenvolveu produtos específicos para viabilizar a conservação deste bioma e com o objetivo de reverter parte dos valores obtidos em benefício do projeto, relacionam-se os seguintes produtos: Cartão de Afinidade SOS Mata Atlântica, o Título de Capitalização Pé Quente Bradesco SOS Mata Atlântica e o Ecofinanciamento de Veículos, iniciado em 2007.

Com este repasse a Fundação promove programas de conservação e educação ambiental, além do fato muito importante de restauração florestal. Os números apresentados pelo Bradesco mostram que os recursos repassados já contribuíram para o plantio de mais de 28 milhões de mudas de árvores nativas em áreas da Mata Atlântica, o que equivale à recuperação de 16 mil hectares. Isto

significa que todas essas árvores quando adultas terão compensado aproximadamente 3,9 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub>. O Bradesco divulga que desde 1989, somados os recursos provenientes da venda dos produtos relacionados à ONG, já foram repassados R\$ 85,9 milhões à entidade.

#### 4.3. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DO BANCO DO BRASIL

O Banco do Brasil como o próprio slogan diz é o banco de todos os brasileiros, e é com esta responsabilidade, como um dos principais agentes do desenvolvimento econômico e social do país, que o Banco do Brasil impulsiona a economia, atuando de forma ambientalmente responsável. Trata-se da consciência do Banco do Brasil quanto à importância do setor bancário no financiamento e no estímulo de iniciativas em prol da sustentabilidade.

##### 4.3.1 Finanças Sustentáveis

O Banco do Brasil recebeu em junho de 2007 o prêmio Financial Times de Finanças Sustentáveis, na categoria Banco Sustentável em Mercados Emergentes – América Latina. Isto representa a maneira como o Banco do Brasil vem atuando na questão da sustentabilidade e em foco as finanças sustentáveis no decorrer destes anos. Esta é uma preocupação que não começou agora ou há alguns anos, o Banco do Brasil já trilha um caminho sustentável há muito tempo e esse prêmio colocou o Banco do Brasil em destaque como o banco latino americano que obteve excelência na criação de valores financeiros, econômicos e ambientais por meio de sua atuação como instituição financeira.

O recebimento deste prêmio dentre os quesitos analisados teve como destaques as realizações da Agenda 21 do Banco do Brasil, com o compromisso público e os planos de ação em sustentabilidade. Entre as iniciativas premiadas, destacam-se: a) estratégia comercial de desenvolvimento regional sustentável – DRS, b) produtos socioambientais, como: BB Ações ISE, BB Florestal, BB Produção Orgânica, BB Biodiesel, e outros, c) atuação do Banco Popular do Brasil, d) criação da perspectiva Sociedade no Acordo de Trabalho, d) incorporação de variáveis

socioambientais no processo de análise de risco de crédito, com especial destaque ao combate ao trabalho escravo e degradante, programas da Fundação Banco do Brasil e dos Centros Culturais, apoio a políticas governamentais e voluntariado Banco do Brasil.

Citado anteriormente, este engajamento do Banco do Brasil com a questão da sustentabilidade já tem reconhecimento até mesmo antes do recebimento deste prêmio. Na primeira edição do prêmio Financial Times de Finanças Sustentáveis em 2006, o Banco do Brasil foi finalista na categoria Negócio Financeiro com Energia Sustentável do Ano, isto devido a ter realizado em 2005, a transação financeira no setor de energia com o maior impacto dentro de uma perspectiva de sustentabilidade econômica, social e ambiental.

E prosseguindo nesta cultura de finanças sustentáveis, em 2009 novamente o Banco do Brasil se classificou entre os três finalistas na categoria Banco Sustentável do Ano em Mercados Emergentes – América Latina, neste ano os destaques foram: postura socioambientalmente responsável do Banco do Brasil e processo de atualização da Agenda 21 para o período 2008 – 2012, com ênfase para o Fórum BB 200 anos pela Sustentabilidade.

Fica evidente a importância e o diferencial que o Banco do Brasil possui com este conjunto de ações adotadas por todas as áreas da empresa, chamada de Agenda 21. Desenvolvida em 2004 e atualizada constantemente, esta agenda é voltada para definição dos princípios e estratégias de responsabilidade socioambiental do banco. Os principais eixos da Agenda 21 são: negócios com foco no desenvolvimento sustentável, práticas administrativas e negociais com responsabilidade socioambiental (RSA) e investimento social privado, cada qual com seus objetivos.

#### 4.3.2 Gestão Responsável

A Gestão Ambiental no Banco do Brasil segue três critérios: o Programa de Ecoeficiência, a Certificação ISO 14.001 e a capacitação. Segundo o próprio conceito da ISO 14.001 a implementação de um Sistema de Gestão Ambiental – SGA pressupõe o atendimento de cinco requisitos básicos: a) a existência de uma política ambiental pública que demonstre o compromisso da alta administração da

empresa com a melhoria do desempenho ambiental, b) a identificação, o exame e a avaliação dos impactos ambientais causados pela empresa no desempenho de suas atividades, c) o estabelecimento de objetivos e metas ambientais visando minimizar estes impactos, d) um programa de gerenciamento que permita o acompanhamento das ações voltadas para os referidos objetivos e metas, e) procedimentos de controle, monitoramento e auditoria para assegurar que o sistema seja eficaz e adequado.

O Programa de Ecoeficiência do Banco do Brasil está baseado na política dos 3Rs: reduzir, reciclar, reutilizar. Para que haja sucesso na implementação deste programa o Banco do Brasil acredita que o principal fator é uma mudança comportamental, ou seja, mudanças nos hábitos de todos os funcionários. É necessário que cada um, tenha plena consciência de como é importante seu papel frente à comunidade Banco do Brasil, quanto com a sociedade, seu país e o mundo em que vive. Todos colaborando com a redução do consumo de água, de energia elétrica, buscando reutilizar o papel, imprimindo frente e verso, e separando o lixo para reciclagem e também coleta de pilhas, baterias de celular, matérias de informática obsoletos, etc., o objetivo do Programa de Ecoeficiência será alcançado e novas metas serão lançadas para que o Banco permaneça atuando como exemplo de instituição financeira ambientalmente correta.

Por este motivo, um dos pilares do programa é a ação de educação, envolvendo por meio de treinamentos tanto funcionários como terceirizados e contratados para que venham a adquirir consciência e atitude ecológica e sejam os agentes atuantes da gestão ambiental do Banco do Brasil.

A busca pela certificação ISO 14.001 tem crescido significativamente no Brasil. Porém conquistá-la não depende apenas da vontade da instituição financeira, empresa ou indústria, estas precisam atender rígidas normas de preservação ambiental.

A ISO 14.001 exige que as empresas se comprometam com a prevenção da poluição, o atendimento a legislação ambiental e a busca por melhorias contínuas, como já foi relatado no capítulo de fundamentação teórica. O Banco do Brasil ao incorporar o Banco Nossa Caixa em 2009, passou a contar com a certificação em um dos seus prédios, localizado no município de São Paulo – SP. Inclusive, consta

na Agenda 21, a meta para conquistar novas certificações ISO 14.001, nos demais prédios do Banco localizados pelo país.

#### 4.3.3 Investimentos Socioambientais

O Banco do Brasil participa e implementa diversas ações de responsabilidade socioambiental, por meio de entidades setoriais e organismos de fomentos ao movimento de responsabilidade socioambiental em nível nacional e internacional. Dentre eles seguem os principais, que possuem maior relevância e que por isto transmitem o quanto o banco está comprometido e envolvido com a preocupação com o meio ambiente e o relacionamento deste com a instituição financeira.

A Agenda 21 Empresarial – A Agenda Socioambiental do Banco do Brasil como já foi citada anteriormente, sendo um plano de ação em responsabilidade socioambiental com a iniciativa de todas as áreas do banco, inclusive sendo um dos itens responsáveis pelo reconhecimento e recebimento de prêmios pelas ações que promovem junto às Finanças Sustentáveis e o compromisso em prol das ações voltadas ao desenvolvimento sustentável de seus negócios.

O documento Protocolo Verde firmado pelos bancos oficiais: Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Banco da Amazônia, BNDES, Caixa Econômica Federal e Banco Central do Brasil, é uma carta de princípios para o desenvolvimento sustentável e que pressupõe que os bancos são responsáveis pela preservação ambiental e devem cumprir este papel fundamental inclusive na melhoria do bem estar. A participação no Fórum Amazônia Sustentável, em que o banco aderiu ao grupo composto por entidades governamentais, empresariais e não governamentais que discutem os caminhos para o desenvolvimento sustentável no bioma Amazônia.

No âmbito internacional, o Banco do Brasil está presente no relatório Sustainable finance – moving from paper promises to performance do World Wildlife Fund apresentado no Fórum Econômico Mundial de Davos em 2006, que classificou o Banco do Brasil como a instituição financeira que mais investe em políticas socioambientais no país e categorizou-o como o oitavo colocado no ranking mundial de bancos. Também presente no relatório Bank Track sobre o setor financeiro, o relatório Mind the Gap divulgado em 2007 na Holanda, classificou o Banco do Brasil,

dentre as instituições financeiras brasileiras avaliadas, como a que melhor se posiciona na implementação de políticas socioambientais em seus financiamentos.

O Banco do Brasil está atuando neste momento com o tema água, como principal foco de atuação em suas ações voltadas para a sustentabilidade. O Programa Água Brasil – Uma parceria Fundação Banco do Brasil, Agência Nacional de Águas, e WWF-BRASIL, em que o banco assume o compromisso de promover a conscientização, de investir recursos para a preservação e conservação de recursos hídricos e de buscar soluções, juntamente com a sociedade, para os problemas relacionados ao tema.

#### 4.4. ANÁLISE COMPARATIVA BRADESCO E BANCO DO BRASIL

As instituições financeiras preocupadas com a questão ambiental criaram diversos programas, ações e políticas voltadas à proteção do meio ambiente. Tanto Bradesco quanto Banco do Brasil são bancos com responsabilidade socioambiental e atuantes como disseminadores desta responsabilidade entre seus funcionários, parceiros, no meio em que atuam e na sociedade.

Através de uma análise comparativa serão verificados cinco grupos com suas respectivas práticas recorrentes neste debate, seriam: aspectos externos de gestão ambiental, políticas para concessão de crédito, adeptos dos princípios do equador, aspectos internos de gestão socioambiental, e consumo de recursos naturais.

##### 4.4.1 Aspectos Externos de Gestão Ambiental

No contexto da gestão ambiental há muitos assuntos abordados com frequência, e no aspecto dos bancos, a prioridade atual é a análise nos contratos de operações, como a liberação de financiamentos. A tabela abaixo demonstra algumas operações. Nota-se que em alguns aspectos ambos os bancos ainda não estão atuando, apesar de já estarem presentes nas operações de outras instituições financeiras.

QUADRO 1 – OPERAÇÕES EM QUE SE APLICA A POLÍTICA DE RISCO SOCIOAMBIENTAL

	Banco do Brasil	Bradesco
Financiamento de Projetos	X	X
Financiamento de Agronegócio	X	X
<i>Asset Management</i>		
Mercado de Capitais		
Fusões e Aquisições		
Seguros		

Fonte: Elaborado pelos autores (informações dos Anuários 2008 e 2009 - Análise Gestão Ambiental).

#### 4.4.2 Políticas para Concessão de Crédito

Como o papel dos bancos é ser um intermediador entre tomadores e poupadores, as políticas para concessão de crédito ganham grande destaque. É essencial que os bancos saibam para quem estão emprestando, em muitos casos, por exemplo, o fato de liberar crédito para empresas poluidoras pode denegrir a imagem de uma instituição financeira, pois perante os demais, é como se o banco, mesmo sem ter tido a intenção, estivesse beneficiando e incentivando a continuidade e o avanço da degradação ambiental.

QUADRO 2 – ITENS DA ANÁLISE DE RISCO SOCIOAMBIENTAL

	Banco do Brasil	Bradesco
Verificação das licenças	X	X
Questionário	X	X
Lista de restrições	X	X
Lista de exclusão	X	
Categorização de riscos		
Análise por consultores		

Fonte: Elaborado pelos autores (informações dos Anuários 2008 e 2009 - Análise Gestão Ambiental).

Além da preocupação com o fato de para quem o banco estará emprestando crédito, as instituições também estão planejando e disponibilizando novos produtos,

com novos conceitos. Neste caso, a tabela a seguir relaciona alguns produtos oferecidos aos clientes que valorizam o cuidado ambiental, que possuem interesse na responsabilidade socioambiental e que buscam no banco, uma instituição financeira diferenciada.

### QUADRO 3 – PRODUTOS OFERECIDOS AOS CLIENTES

	Banco do Brasil	Bradesco
Fundo com critérios ambientais	X	X
Projetos de MDL	X	X
Com foco ambiental estabelecido	X	X
Microcrédito produtivo orientado	X	
Com condições diferenciadas		
Seguro Ambiental para resíduos		

Fonte: Elaborado pelos autores (informações dos Anuários 2008 e 2009 - Análise Gestão Ambiental).

Neste quesito, o Banco do Brasil se destacou com o microcrédito produtivo orientado, porém ainda existem outros produtos que ambos não estão oferecendo e podem ser encontrados em outras instituições financeiras.

#### 4.4.3 Adeptos dos Princípios do Equador

As instituições financeiras que prezam os Princípios do Equador utilizam diretrizes socioambientais pela determinação, avaliação e gerenciamento de risco ambiental e social. A seguir, um relatório das informações divulgadas acerca dos projetos financiados no âmbito dos Princípios.

#### QUADRO 4 – INFORMAÇÕES DIVULGADAS

	Banco do Brasil	Bradesco
Número de analisados	X	X
Soma total dos projetos financiados	X	X
Categorização do impacto ambiental	X	X
Setores de atividade dos projetos	X	X
Classificação de risco	X	
Valor de cada projeto financiado		
Potenciais de impactos ambientais		
Planos para mitigação de risco		
Verificação <i>in loco</i>		

Fonte: Elaborado pelos autores (informações dos Anuários 2008 e 2009 - Análise Gestão Ambiental).

#### 4.4.4 Aspectos Internos de Gestão Socioambiental

Com a mesma preocupação que os bancos têm na liberação dos créditos, a contratação de serviços de parceiros comerciais também é foco de análise de comprovantes. Tanto Bradesco quanto Banco do Brasil exige comprovação de práticas ambientais dos seus parceiros comerciais, a diferença é que a exigência do Banco do Brasil é de forma não sistemática.

#### QUADRO 5 – COMPROVAÇÃO EXIGIDA DOS PARCEIROS COMERCIAIS

	Banco do Brasil	Bradesco
Licenças e Autorizações	X	X
Certificações ou Exigências		X
Realiza verificações sistemáticas		X
Apresentação de relatórios		X

Fonte: Elaborado pelos autores (informações dos Anuários 2008 e 2009 - Análise Gestão Ambiental).

#### 4.4.5 Consumo de Recursos Naturais

A maneira como os bancos encaram o consumo dos recursos naturais está mudando com o passar dos anos. Tempos atrás as instituições financeiras acreditavam que além de não serem responsáveis com o problema da degradação

ambiental, em nada poderiam ajudar na questão, ou seja, na concepção dos bancos não haveria mudança de atitude ou ações socioambientais praticadas que fossem causar grande mudança no contexto geral.

Ocorre que a conscientização ambiental da sociedade e do próprio mercado criou uma obrigação socioambiental às instituições que estão demorando a se envolver na questão ambiental. A cobrança dessa modernização do pensamento ecológico que fez com que os bancos repensassem sua atitude como disseminador de práticas ambientais e hoje podemos verificar com as tabelas que seguem o avanço na elaboração de programas estruturados e implantação de diversas metas.

#### QUADRO 6 – USO DA ÁGUA

	Banco do Brasil	Bradesco
Tem meta de redução	X	X
Tem programa estruturado	X	X
Monitora com indicadores	X	X
Ações de conscientização	X	X
Tem meta de reúso		

Fonte: Elaborado pelos autores (informações dos Anuários 2008 e 2009 - Análise Gestão Ambiental).

O grande desafio no uso da água é a meta de reúso que no momento não está sendo adotado como prática nos referidos bancos. A seguir, o uso da energia elétrica, tendo todos os itens implantados.

#### QUADRO 7 – USO DA ENERGIA ELÉTRICA

	Banco do Brasil	Bradesco
Tem meta de redução	X	X
Tem programa estruturado	X	X
Monitora com indicadores	X	X
Ações de conscientização	X	X

Fonte: Elaborado pelos autores (informações dos Anuários 2008 e 2009 - Análise Gestão Ambiental).

Há outras medidas que impactam nos recursos naturais e que não são usualmente relacionadas aos bancos, como o uso de combustíveis fósseis. A seguir, a tabela com os itens aplicados por cada banco.

#### QUADRO 8 – COMBUSTÍVEIS FÓSSEIS

	Banco do Brasil	Bradesco
Tem meta de redução		
Tem programa estruturado	X	X
Monitora com indicadores		X
Toma outras medidas	X	

Fonte: Elaborado pelos autores (informações dos Anuários 2008 e 2009 - Análise Gestão Ambiental).

Por fim, e de suma importância na política aplicada dos bancos, o tratamento de resíduos gera um efeito positivo, um exemplo perante as demais instituições financeiras. Os resíduos são resultados da sobra de atividade e no caso dos bancos há muito material que pode ser reciclado. A seguir, a tabela com as práticas adotadas, tendo o Banco do Brasil o diferencial na aplicação de metas de reuso e de reciclagem.

#### QUADRO 9 – TRATAMENTO DE RESÍDUOS

	Banco do Brasil	Bradesco
Monitora com indicadores	X	X
Diminuição de geração	X	X
Coleta seletiva de lixo	X	X
Investe em tecnologia	X	X
Ações de redução do impacto	X	X
Garantia de conformidade	X	X
Tem meta de reuso	X	
Tem meta de reciclagem	X	
Tem meta de redução		

Fonte: Elaborado pelos autores (informações dos Anuários 2008 e 2009 - Análise Gestão Ambiental).

#### 4.5. ANÁLISE COMPARATIVA DOS PONTOS COMUNS

Uma organização que age com os princípios de responsabilidade socioambiental tem consciência de que consome recursos naturais que são patrimônio de toda humanidade e com isto supera a idéia clássica de gestão da organização que tem como objetivo a maximização da riqueza dos acionistas, a mercantilização das relações sociais, o consumo a qualquer custo e a apropriação sem limites da natureza.

Com a crescente concorrência no mercado as empresas estão revendo seus gastos, procedimentos operacionais, implantação de novos projetos, sempre em busca do lucro em seus negócios, ainda mais quando se trata de bancos. Ocorre que, há muitos fatores que têm impulsionado as empresas brasileiras na ampliação do conceito de responsabilidade socioambiental como, por exemplo: enormes carências sociais do país; crescente grau de organização da sociedade e, especialmente, do terceiro setor; ação social dos concorrentes; divulgação crescente nos meios de comunicação sobre as ações sociais das empresas; crescimento das expectativas das comunidades e dos funcionários sobre o engajamento social empresarial.

A nova realidade mercadológica globalizada exige das empresas investimentos que vão além da usual política de preços e de qualidade, limitada à economia de mercado. Isso porque um número crescente de clientes (e demais *stakeholders*) valoriza também: aspectos relacionados com o processo de produção; o consumo de produtos ecologicamente corretos; empresas que primam pelo bom relacionamento com colaboradores e fornecedores e desfrutam da confiança dos consumidores, conquistada com base em relacionamento ético, na transparência em relação às suas atividades produtoras (*accountability*) e em suas ações voltadas para a preservação do meio ambiente e para a qualidade de vida das comunidades.

A preservação do meio ambiente inclui ações como: minimização de resíduos (reciclagem); estabelecimento de princípios ambientalistas; redução da poluição com novas tecnologias; reutilização de recursos naturais (como a água); otimização do uso de energia. O conceito de responsabilidade social está baseado em três pressupostos básicos: ampliação do alcance da responsabilidade da organização,

que não mais se limita aos interesses dos acionistas; mudança da natureza das responsabilidades que ultrapassam o âmbito legal e envolvem as obrigações morais ditadas pela ética; adequação às demandas sociais mais atuantes e exigentes.

No caso dos bancos, tanto Banco do Brasil quanto Bradesco, incorporam novidades do mercado que permitem que a tecnologia auxilie nas necessidades de redução do uso dos recursos naturais. Um exemplo é o caso da redução de papel com a substituição de emissões de faturas para pagamentos através do DDA – Débito Direto Autorizado. O DDA contribui com a preservação do meio ambiente evitando o desperdício de papel e facilita o dia a dia de empresas, clientes e usuários. Além deste há outros pontos em comum, com maior relevância o fato de ambos terem política de avaliação de risco socioambiental, suas políticas ambientais cobrirem todas as atividades econômicas, não somente as com maior risco, adotarem procedimentos documentados para atividades com maior risco de impacto ambiental e aplicarem a política de risco socioambiental às operações de financiamento de projetos e de agronegócio, dentre outros.

É importante ressaltar que os clientes finais geralmente são desconhecedores dos produtos bancários voltados à questão ambiental e das vantagens de sua utilização. Neste caso, é responsabilidade do banco prover mais detalhes sobre o produto, tornando o funcionário um prestador de serviços que agrega consultoria e orientação envolvendo finanças e meio ambiente.

Para os clientes empresariais (pessoas jurídicas) os bancos têm exigências mais técnicas que demandam maior profissionalismo dos prestadores de serviço, na liberação de recursos, como capital de giro. Os funcionários precisam demonstrar experiência e conhecimento, para gerar confiança no atendimento a gerentes e diretores financeiros de grandes organizações, ressaltando que o impacto ambiental de suas operações pode representar a não aprovação em operações de crédito.

Há dualidade nas relações banco – mercado, o banco está duplamente orientado para a clientela, quer como agente fornecedor e aplicador de capitais, quer como tomador de recursos, sofrendo concorrência nos dois mercados. Além disto, as instituições financeiras sofrem forte regulamentação. O governo pode agir limitando ou orientando a oferta de dinheiro e inibindo determinadas práticas concorrenciais.

Desta forma, analisando os itens como: aspectos externos de gestão ambiental, políticas para concessão de crédito, adeptos dos princípios do Equador, aspectos internos de gestão socioambiental e consumo de recursos naturais, é perceptível uma grande semelhança na comparação entre os referidos bancos.

Contudo, é importante ressaltar que a aversão ao risco é muito arraigada entre os clientes de bancos, resultando na formação inconsciente de atitudes contrárias a inovações ou ao lançamento de novos produtos. O cliente apresenta pouca familiaridade com o aspecto abstrato de muitos serviços bancários, fato que colabora para que os bancos estabeleçam relações permanentes com determinados clientes (desde a juventude até a maturidade).

Com isto, neste novo posicionamento dos bancos perante o meio ambiente, ressalta-se um fator positivo, o desenvolvimento do marketing de relacionamento e fidelização, tornando a relação entre bancos e clientes ainda mais estável e dependendo do grau de diferenciação permitindo a conquista de novos clientes da concorrência.

#### 4.6. PONTOS EM DESTAQUE

Atualmente, os bancos estão dispensando atenção especial na análise de como as variáveis no mercado afetam seu negócio direta e indiretamente e se podem, inclusive, representar oportunidades de lucros e ganhos de imagem, ou ameaças de perdas financeiras e de mercado e de comprometimento de imagem. As variáveis também são, em muitos aspectos, interdependentes, podendo a intensificação de um fator alterar o desempenho de outro.

No macroambiente, há ainda alguns públicos como as agências governamentais, a mídia e a comunidade financeira, que podem influenciar as organizações por serem formadores das opiniões dos consumidores ao expressarem suas decisões e posições.

Macroambiente é integrado por variáveis conjunturais, não controláveis, com as quais a organização tem de lidar, quer desenvolvendo ações que reduzam seu impacto, quer se preparando para aproveitar as oportunidades que delas decorrerão, quer se adaptando por meio de suas variáveis controláveis. As variáveis do

macroambiente são classificadas em econômicas, demográficas, sócio-culturais, político-legais, científico-tecnológicas e naturais.

Todas essas variáveis do macroambiente são consideradas incontroláveis porque fogem ao controle direto das organizações, embora existam formas de agir de modo a neutralizar ou pelo menos minimizar os impactos negativos dessas forças ou aproveitar as oportunidades delas decorrentes. Quanto mais antecipadamente as empresas visualizem as tendências dessas variáveis, mais condições têm de se preparar para enfrentá-las, se ajustando para estar em superioridade em relação à concorrência quando essas acontecerem.

Por fim, em destaque os bancos que praticam a responsabilidade social encontraram no Balanço Social uma forma de divulgar as suas ações relacionadas com seus funcionários, com a comunidade e o meio ambiente. Balanço Social é um documento divulgado anualmente pela organização como forma de comprovar sua atuação no campo social. Visa demonstrar os impactos sofridos e causados em relação aos ambientes social e ecológico e divulgar a qualidade das relações organizacionais com seus colaboradores, com a comunidade e com o meio ambiente.

#### 4.6.1 Benefícios

Dentre os benefícios relacionados com o engajamento das organizações com a sustentabilidade de seus negócios é possível citar: o fortalecimento da marca e da imagem da organização; diferenciação perante os concorrentes, que se traduz em vantagem competitiva; geração de mídia espontânea, facilitando a função de relações públicas da organização; fidelização de clientes, como aqueles sensíveis a apelos socioambientais; desenvolvimento de capital humano e atração e retenção de talentos profissionais; melhoria do clima organizacional; menor ocorrência de controles e auditorias de órgãos externos; pesquisa de novas tecnologias ecologicamente corretas; desenvolvimento de novos modelos de negócios envolvendo parcerias entre os diversos setores da sociedade; atração de investidores e deduções fiscais, que podem gerar redução de custos; influência

positiva na cadeia produtiva, como posição influente nas decisões de compras e, finalmente reconhecimento dos dirigentes como líderes empresariais.

## 5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Estrategicamente a gestão ambiental está sendo incorporada e está realizando mudanças no ambiente das empresas, relacionando-a com as transformações políticas e econômicas que estão ocorrendo mundialmente. A política das organizações está tendo um novo referencial na gestão dos negócios, uma nova abordagem que condiz com as novas realidades de sustentabilidade.

Esse novo contexto e a forma de gerenciamento estão alterando a estrutura das organizações, com a inclusão de departamentos exclusivamente voltados a gestão ambiental e com o envolvimento de gerentes e diretores, que após análise e verificação das adequações necessárias em seus procedimentos divulgam e disseminam a cultura ambiental dentro da organização.

Um novo ambiente competitivo global está surgindo, não apenas baseado em concorrentes, mas principalmente no relacionamento da empresa com o meio ambiente. Este fator principal influencia na escolha de fornecedores, de parceiros e do próprio cliente, que dependendo do grau de sensibilidade ambiental pode substituir o produto ou a empresa prestadora de determinado serviço por critérios de sustentabilidade.

Os resultados econômicos passam a depender cada vez mais de decisões empresariais que determinem se não há atrito na relação lucratividade e sustentabilidade, com isto, as organizações percebem que de nada valerão suas estratégias de negócios para ampliar mercados, conquistar clientes e obter resultados favoráveis se não considerarem que tudo depende da boa execução dos processos que compõem sua cadeia produtiva.

As instituições financeiras dispõem de oportunidades para atuarem de forma proativa no envolvimento de seus parceiros na gestão ambiental. Os bancos estão realizando a gestão ambiental interna e externamente. Fatores como ética, uma boa imagem institucional no mercado e uma atuação ecologicamente responsável são valorizadas cada vez mais no mercado, e a postura que os bancos tem perante seus procedimentos e o relacionamento com determinados clientes pode ser determinante para valorizar ou prejudicar sua imagem.

A tendência de preservação ambiental e ecológica por parte dos bancos e demais organizações deve continuar de forma permanente e definitiva. A questão ambiental deixou de ser encarada como mero surto de preocupações passageiras que demandariam medidas com pesado ônus para as empresas adotarem, para se tornar uma oportunidade competitiva. Neste momento, a sociedade tem exigido um novo posicionamento na interação das organizações com o meio ambiente, e por uma própria questão de sobrevivência no mercado, há necessidade de uma gestão ambiental que possibilitará a realização de bons negócios e no futuro será a única forma de empreender negócios de forma duradoura e lucrativa.

Diante do estudo proposto, conclui-se que atualmente a adoção de práticas ambientais já está incorporada a gestão de ambos os bancos, tanto Banco do Brasil quanto Bradesco possuem a conscientização ambiental e realizam constantemente mudanças ou adaptações visando a sustentabilidade de seus negócios.

As gestões ambientais juntamente com a responsabilidade social, tornam-se importantes instrumentos gerenciais para capacitação e criação de condições de competitividade para as organizações, qualquer que seja seu segmento econômico.

Dentro dos contornos delineados, Banco do Brasil e Bradesco são bancos com responsabilidade socioambiental e que realizam diversos programas neste sentido como forma de comprometimento com a sociedade, além das políticas internas voltadas ao meio ambiente, como: operações financeiras em que se aplica a política de risco socioambiental, produtos ambientalmente corretos oferecidos aos clientes, verificação de itens da análise de risco socioambiental, relatório das informações divulgadas acerca dos projetos financiados no âmbito dos Princípios do Equador, que envolvem a sustentabilidade e os impactos na conduta ambiental dos bancos, a comprovação exigida dos parceiros comerciais e análises do uso da água, da energia elétrica, dos combustíveis fósseis e no tratamento de seus resíduos.

Observou-se que na análise realizada muito fatores ganharam destaque no envolvimento dos bancos com o meio ambiente, a busca por certificações ambientais, a realização de auditorias ambientais, a adoção do Sistema de Gestão Ambiental e como forma de divulgação à sociedade a preocupação e conscientização socioambiental de ambos os bancos referenciados com destaque o marketing ambiental.

Sendo assim, os bancos Bradesco e Banco do Brasil estão realizando um excelente trabalho tanto em suas dependências, como disseminadores da cultura ambiental perante seus funcionários, com as demais organizações, através da transformação e influência ecológica nos negócios com efeitos econômicos cada vez mais profundos e também com diversos trabalhos voltados para a sociedade. A análise da aplicação das práticas ambientais pelos bancos Bradesco e Banco do Brasil demonstrou na verdade, que se excluindo o fato de apenas alguns itens serem adotados por um banco e não pelo outro, de modo geral, são bancos com alta responsabilidade socioambiental reconhecidamente valorizada inclusive por organismos internacionais.

Por fim, cabe destacar que neste estudo não tivemos a pretensão de esgotar a pesquisa sobre este tema de grande relevância e importância pelo real aprofundamento que merece. Como destacam Cerro e Bervian (2002, p. 5) "A ciência é uma das poucas realidades que podem ser legadas às gerações seguintes. Os homens de cada período histórico assimilam os resultados científicos das gerações anteriores, desenvolvendo e ampliando alguns aspectos novos". Portanto, sugerimos que outros estudos sejam propostos para viabilizar o devido aprofundamento.

## 6. REFERÊNCIAS

BRANDÃO, C. E. L. O nosso primeiro mundo. **Jornal do Brasil**, 1993, ano CII, nº 333.

CARELLI, G. O Guru Verde. **Revista Veja**, nº 40, 2006.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

COSTA, E. A. **Gestão Estratégica**. São Paulo: Saraiva, 2004.

DALY, H. E. Economics in a Full World. **Science and Technology at Scientific American.com**, 2005.

DIAS, R. **Marketing Ambiental**. São Paulo: Atlas, 2008.

FONSECA, L. N. **Preservação Ambiental e Crescimento Econômico no Brasil**. Porto Alegre, 2003. 78 f. Dissertação (Pós-Graduação em Economia) – Universidade do Rio Grande do Sul.

FREITAS, J. Empresas podem ter que incluir passivo ambiental em seus balanços anuais. **Jornal Gazeta Mercantil**, São Paulo, 24 set. 1991

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2009.

GIORGI, D. P. Os Limites do Crescimento Econômico. **Revista Meio Ambiente e Revista Ecologia e Consumo**, 2006.

GUANDALINI, G. O peso do Estado. **Revista Veja**, nº 39, 2006.

HAWKEN, P. *et al.* **Capitalismo Natural: Criando a Próxima Revolução Industrial**. São Paulo: Editora Cultrix, 1999.

HUNTER, A. L. O Capitalismo natural: um novo modelo de negócios, baseado na preservação da natureza, torna o capitalismo industrial obsoleto. **Revista Exame**. Edição 715 - 31/05/2000.

JACK, A. **Lei pode obrigar empresas a incluir balanço ambiental em seus relatórios anuais.** In: *Jornal Gazeta Mercantil*, São Paulo, 21 jan. 1992.

JUCHEM, P. A. **Introdução à Gestão, Auditoria e Balanço Ambiental para Empresas.** Curitiba: FAE, 1995.

MAIMON, D. **Passaporte Verde: Gestão Ambiental e Competitividade.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

MARTINS, E.; RIBEIRO, M. S. A informação como instrumento de contribuição da contabilidade para a compatibilização no desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente. **Caderno de Estudos no. 9, FIPECAFI**, São Paulo, 1993.

MAY, P. *et. al.* **Economia do Meio Ambiente: Teoria e Prática.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

MELLO, F. C. **O Desafio do Desenvolvimento Sustentável.** Brasília: Cima, 1991.

MONTIBELLER F., G. **Empresas, Desenvolvimento e Ambiente: Diagnóstico e Diretrizes de Sustentabilidade.** Barueri: Manole, 2007.

MOURA, L. A. **Economia Ambiental: Gestão de custos e investimentos.** São Paulo: Juarez de Oliveira, 2000.

NOBRE, M.; AMAZONAS, M. C. **Desenvolvimento Sustentável: A Institucionalização de um Conceito.** Brasília: Ed. IBAMA, 2002.

OPSCHOOR, H. Economic Growth, the environmental and welfare: are they compatible? Institute of Social Studies, The Hague and Vrije Universiteit, Amsterdam. **Planejamento e Políticas Públicas**, n ° 18, 1998.

RIBEIRO, M. S. **Contabilidade e Meio Ambiente.** Dissertação de Mestrado apresentada à faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade Federal de São Paulo. 1992

ROZENDO, E. **O que Todos Devem Saber sobre Bancos.** Rio de Janeiro: Ediouro, 1980.

SEROA DA MOTTA, R. **Padrão de Consumo, Distribuição de Renda e o Meio Ambiente no Brasil. Texto para discussão**, Rio de Janeiro, 856, jan. 2002.

**TACHIZAWA, T. Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006.**

**QUAGLIO, S. et al. Gestão Ambiental. Anuário Análise Editorial, 2008.**

**QUAGLIO, S. et al. Gestão Ambiental. Anuário Análise Editorial, 2009.**

## **7. ANEXOS**

7.1 ANEXO I  
ARTIGO 225 DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

**Constituição Federal - CF - 1988**

**Título VIII**

**Da Ordem Social**

**Capítulo VI**

**Do Meio Ambiente**

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

§ 1º - Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público:

I - preservar e restaurar os processos ecológicos essenciais e prover o manejo ecológico das espécies e ecossistemas;

II - preservar a diversidade e a integridade do patrimônio genético do País e fiscalizar as entidades dedicadas à pesquisa e manipulação de material genético;

III - definir, em todas as unidades da Federação, espaços territoriais e seus componentes a serem especialmente protegidos, sendo a alteração e a supressão permitidas somente através de lei, vedada qualquer utilização que comprometa a integridade dos atributos que justifiquem sua proteção;

IV - exigir, na forma da lei, para instalação de obra ou atividade potencialmente causadora de significativa degradação do meio ambiente, estudo prévio de impacto ambiental, a que se dará publicidade;

V - controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente;

VI - promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente;

VII - proteger a fauna e a flora, vedadas, na forma da lei, as práticas que coloquem em risco sua função ecológica, provoquem a extinção de espécies ou submetam os animais a crueldade.

§ 2º - Aquele que explorar recursos minerais fica obrigado a recuperar o meio ambiente degradado, de acordo com solução técnica exigida pelo órgão público competente, na forma da lei.

§ 3º - As condutas e atividades consideradas lesivas ao meio ambiente sujeitarão os infratores, pessoas físicas ou jurídicas, a sanções penais e administrativas, independentemente da obrigação de reparar os danos causados.

§ 4º - A Floresta Amazônica brasileira, a Mata Atlântica, a Serra do Mar, o Pantanal Mato-Grossense e a Zona Costeira são patrimônio nacional, e sua utilização far-se-á, na forma da lei, dentro de condições que assegurem a preservação do meio ambiente, inclusive quanto ao uso dos recursos naturais.

§ 5º - São indisponíveis as terras devolutas ou arrecadadas pelos Estados, por ações discriminatórias, necessárias à proteção dos ecossistemas naturais.

§ 6º - As usinas que operem com reator nuclear deverão ter sua localização definida em lei federal, sem o que não poderão ser instaladas.