

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL
E ATUAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS: um estudo dos quatro grandes
bancos nacionais**

Joseane Maria Koerich

**Florianópolis
2008.**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL
E ATUAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS: um estudo dos quatro grandes
bancos nacionais**

Monografia submetida ao Departamento de Ciências Econômicas para obtenção de carga horária na disciplina CNM 5420 – Monografia

Por: Joseane Maria Koerich

Orientador: Professor Renato Ramos Campos

Área de Pesquisa: Desenvolvimento Econômico e Social

Palavras – Chaves: 1- Desenvolvimento Sustentável
2- Responsabilidade Socioambiental
3- Instituições Financeiras Nacionais

Florianópolis

2008.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

A banca examinadora resolveu atribuir a nota 9,0 (nove) à aluna Joseane Maria Koerich, na disciplina CNM 5420 – Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Banca Examinadora:

Professor: Renato Ramos Campos
Presidente

Professor: Elizabete Simão Flausino
Membro

Professor: Marcos Alves Valente
Membro

Dedico este trabalho à minha mãe Maria Antonina Koerich, e ao meu pai José Vilmar Koerich, que me criaram com muito carinho e dedicação e que me proporcionaram os melhores ensinamentos de vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, por guiar o meu caminho e aos meus pais que sempre me aconselharam, me incentivaram e que são exemplos de vida.

Aos meus irmãos, Junior e Juliano, a minha cunhada Michele e aos meus sobrinhos, Neto, Juliana e Letícia, por todo amor e pela força que me deram.

A todos os meus familiares que sempre torceram por mim.

As minhas amigas de faculdade Priscila, Carolina e Viviana, obrigada por todo apoio e por todos os momentos de alegria que me proporcionaram.

Aos meus queridos amigos do Banco do Brasil, obrigada pelo apoio incondicional e por todos os ensinamentos.

Aos meus demais amigos, sou grata pelas conversas, pelas festas, pela motivação, pelo companheirismo e pela compreensão com a minha ausência em alguns momentos. Helisa, Douglas, Dayana, Luana, Rafaela, Janaina... Adoro vocês!

Ao meu Professor e também orientador, Renato Campos, meu eterno agradecimento e imensa admiração. Obrigada por ter acreditado no meu trabalho!

Enfim sou grata a todos que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho.

“Nós devemos ser a mudança que queremos ver no mundo”

(Mahatma Gandhi).

LISTA DE FIGURAS, QUADROS E TABELAS

FIGURA 1	OS 3 PILARES DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	26
FIGURA 2	EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE.....	32
FIGURA 3	AS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS DE PORTER.....	42
FIGURA 4	MEDIÇÃO DO IMPACTO OU DO ESFORÇO DAS ORGANIZAÇÕES NOS ASPECTOS DE DS.....	54
QUADRO 1	METAS A SEREM TOMADAS PELOS ESTADOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS.....	27
QUADRO 2	INTER-RELAÇÃO ENTRE RESPONSABILIDADE SOCIAL E ESTRATÉGIA EMPREENDEDORA.....	47
QUADRO 3	AS PRINCIPAIS FERRAMENTAS DE AVALIAÇÃO.....	59
QUADRO 3	EM EVOLUÇÃO – COMO ERAM E COMO FICARAM OS PRINCÍPIOS DO EQUADOR.....	66
QUADRO 4	PRINCIPAIS INICIATIVAS DE INCORPORAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NO SETOR FINANCEIRO.....	80
QUADRO 5	PRINCIPAIS INICIATIVAS DOS BANCOS NACIONAIS.....	81
TABELA 1	OS 40 MELHORES BANCOS LATINO-AMERICANOS.....	69

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AA1000	– <i>Accountability One Thousand</i>
ABNT	– Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABRINQ	– Associação Brasileira do Fabricantes de Brinquedos
APIMEC	– Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais
BB	– Banco do Brasil
BS	– Balanço Social
BSD	– <i>Business Meets Development</i>
CDP	– <i>Carbon Disclosure Project</i>
CEBDS	– Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável
CERES	– <i>Coalition for Environmentally Responsible Economics</i>
CMDS	– Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável
CMMAD	– Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento
CNI	– Confederação Nacional da Indústria
CNPMA	– Centro Nacional de Pesquisa de Monitoramento e Avaliação de Impacto Ambiental (Embrapa Meio Ambiente)
CNUMAD	– Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento
CQNUMC	– Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas
DJSI	– <i>Dow Jones Sustainability Index</i>
DRS	– Desenvolvimento Regional Sustentável
DS	– Desenvolvimento Sustentável
GRI	– <i>Global Reporting Initiative</i>
IBASE	– Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Estatísticas
IBGC	– Instituto Brasileiro de Governança Corporativa
IBPS	– Instituto Brasileiro de Produção Sustentável
ICONS	– Conferência Internacional sobre Indicadores de Desenvolvimento Sustentável e Qualidade de Vida
ISE	– Índice de Sustentabilidade Empresarial
ISO	– <i>International Organization for Standardization</i>
OIT	– Organização Internacional do Trabalho
ONGs	– Organizações Não Governamentais
ONU	– Organização das Nações Unidas
MMA	– Ministério do Meio Ambiente
PDCA	– <i>Plan-Do-Check-Act</i>
PIB	– Produto Interno Bruto
PNUD	– Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

PNUMA	– Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
RSA	– Responsabilidade Socioambiental
RSE	– Responsabilidade Sócio-Empresarial
SA8000	– <i>Sustainability Accountability Eighth Thousand</i>
SIS	– <i>Swedish Standard Institute</i>
SGA	– Sistema de Gestão Ambiental
UNCTAD	– Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento
UNEP	– <i>United Nations Environmental Programme</i>
UNESCO	– <i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>
WWF	– <i>World Wide Fund for Nature</i>

RESUMO

KOERICH, Joseane Maria. **Desenvolvimento sustentável, responsabilidade socioambiental e a atuação das instituições financeiras:** um estudo dos quatros grandes bancos nacionais. Florianópolis, 2008. 97f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Departamento de Ciências Econômicas, Centro Sócio-Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina.

Orientador: Professor Renato Ramos Campos

Este trabalho tem por objetivo explanar os conceitos de desenvolvimento sustentável e responsabilidade socioambiental, desde suas premissas até a integração na esfera empresarial. Realizar uma revisão de literatura sobre o surgimento do conceito de desenvolvimento sustentável, caracterizar o conceito de responsabilidade socioambiental, demonstrar as vantagens obtidas com essas práticas e evidenciar a atuação das instituições financeiras nesta área de pesquisa. Para obter essa fundamentação teórica serão utilizados livros, teses, dissertações, periódicos e *internet*. Esta monografia apresenta as práticas adotadas pelos quatros grandes bancos de capital nacional (Itaú, Bradesco, Unibanco e Banco do Brasil) e que aderiram aos Princípios do Equador. Com o levantamento bibliográfico conclui-se que com a disseminação do conceito de desenvolvimento sustentável, as instituições financeiras percebendo os riscos que questões ambientais e sociais podem provocar, adotaram uma postura pró-ativa na incorporação de critérios ambientais e sociais nas suas atividades, com o intuito de: valorizar sua imagem institucional; aumentar a competitividade em seu segmento de mercado; valorizar seu negócio mediante o incremento do valor de suas ações; minimizar riscos de mercado, legal e de crédito e; entrar em novos nichos de mercado. E por fim verifica-se que os bancos nacionais estão avançados na percepção dessas novas tendências.

Palavras-chave: Desenvolvimento Sustentável; Responsabilidade Socioambiental; Instituições Financeiras Nacionais.

ABSTRACT

KOERICH, Joseane Maria. **Sustainable development, social-environmental responsibility and the acting of financial institutions:** a study of the four biggest national banks. Florianópolis, 2008. 97f. Monograph (Economical Sciences Degree) - Department of Economical Sciences, Social-Economical Center, Federal University of Santa Catarina.

Advisor: Professor Renato Ramos Campos

This paper has as an objective to explain the concepts of sustainable development and social-environmental responsibility, since its premises until the integration within the business sphere. Making a literature review about the appearing of the sustainable development concept, characterizing the social-environmental responsibility concept, demonstrating the advantages obtained with those practices and evidencing the acting of financial institutions in this field of research. In order to obtain this theoretical justification, books, theses, dissertations, periodicals and internet will be used. This monograph presents the practices adopted by the four biggest national-capital banks (Itaú, Bradesco, Unibanco and Banco do Brasil) and which have joined The Equator Principles. After the bibliographical survey, it was concluded that with the dissemination of the sustainable development concept, the financial institutions, while realizing the risks social and environmental matters can provoke, have adopted a pro-active status within the incorporation of environmental and social criteria to their activities, for the purpose of: increasing the value of their institutional image; increasing the competitiveness in their market segment; increasing the value of their business through the growth of their stock price; minimizing market, legal and credit risks and; penetrating in new niche markets. And finally, it is found that national banks are advanced within the perception of these new trends.

Keywords: Sustainable Development; Social-environmental Responsibility; National Financial Institutions.

SUMÁRIO

- LISTA DE FIGURAS, QUADROS E TABELAS.....	VII
- LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS.....	VII
- RESUMO.....	X
- ABSTRACT.....	XI

CAPÍTULO I

1 O PROBLEMA.....	14
1.1 Introdução.....	14
1.2 Formulação da Situação-Problema.....	15
1.3 Objetivos.....	20
1.3.1 Objetivo Geral.....	20
1.3.1 Objetivo Específico.....	20
1.4 Metodologia.....	21
1.5 Estrutura da Monografia.....	22

CAPÍTULO II

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	23
2.1 Do ambientalismo ao Desenvolvimento Sustentável.....	23
2.2 A empresa e o Desenvolvimento Sustentável.....	31

CAPÍTULO III

3 COMPETITIVIDADE, NORMAS E INDICADORES SOCIOAMBIENTAIS.....	38
3.1 Responsabilidade Socioambiental como um fator de competitividade.....	38
3.1.1 A competitividade empresarial.....	40
3.1.2 Estratégia.....	43
3.1.3 Fatores que podem determinar a Vantagem Competitiva.....	45

3.1.4 Verdes, Sociais e Competitivos.....	46
3.2 Normas e Certificados.....	48
3.3 Indicadores.....	51
3.4 Quadro informativo das principais ferramentas de avaliação.....	58

CAPÍTULO IV

4 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: A ATUAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS.....	60
4.1 Princípios do Equador.....	64
4.2 O panorama nacional.....	67
4.3 A ação dos bancos nacionais.....	72
4.3.1 Quadros demonstrativos da atuação dos bancos nacionais.....	79

CAPÍTULO V

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	83
5.1 Conclusão.....	83
5.2 Recomendações.....	85
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
ANEXOS.....	94

1 O PROBLEMA

1.1 INTRODUÇÃO

Desde a década de 80, a sustentabilidade do planeta vem sendo discutida. Recentemente, uma onda de estudos ligados ao tema vem ganhando força e trazendo em seu bojo o papel das organizações para com a sociedade e o meio ao qual estão inseridas, mostrando que estas possuem mais deveres do que se imaginava.

As empresas foram chamadas a repensar no modo de obtenção de lucro, visto que a forma predatória de buscar resultados em curto prazo vem perdendo espaço para ações mais concretas e que visam à perenidade do negócio, e para que isso possa acontecer as organizações passaram a planejar não só seu desenvolvimento econômico, mas também o resultado de suas ações perante a sociedade, ou seja, há a necessidade de enquadrar os conceitos de desenvolvimento sustentável e responsabilidade socioambiental na esfera empresarial.

Entretanto, o que a princípio foi considerado inviável, tornou-se uma maneira de as empresas adquirirem reputação e vantagens competitivas. Diante do surgimento dos chamados “consumidores verdes”, da maior percepção sobre as questões sociais, do surgimento de certificados nacionais e internacionais e do advento de índices de sustentabilidade, as empresas adentraram em novos mercados e também passaram a utilizar esse conjunto de fatores como forma de diferenciação. Contudo, para se obter resultados positivos é imprescindível que as práticas de responsabilidade socioambiental sejam consideradas como um elemento associado ao objetivo da organização, integrado de forma sistemática e consistente com a estratégia do negócio. O que demonstra que tornar os negócios sustentáveis não é uma estratégia de *marketing*, mas sim, um item básico de sobrevivência.

Neste contexto, as instituições financeiras como detentoras de recursos e fomentadoras do desenvolvimento econômico, tornaram-se de suma importância para a disseminação de práticas sociais e ambientais, tendo em vista que o desenvolvimento sustentável depende da interação entre o desenvolvimento econômico, o social e o ambiental, a fim de equilibrar a satisfação dos interesses das gerações presentes e futuras. Um exemplo do novo papel dessas organizações são as regras conhecidas como Princípios do Equador, para a liberação de empréstimos para

empresas, que são regidas desde a análise do impacto ambiental do projeto financiado até o comprometimento do tomador com a transparência e com a legislação local.

Diante desse novo quadro, pretende-se explicar e analisar esses conceitos e fatores, e principalmente contextualizar o papel das quatro grandes bancos de capital nacional neste novo cenário.

1.2 FORMULAÇÃO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

A evolução da tecnologia acarretou novidades como, a alta velocidade do fluxo de informações e processos produtivos otimizados e padronizados, nessa conjuntura as pessoas e as empresas passaram a ter mais acesso à informação, em tempo real. Perceber essa tendência de mudança de exigência por parte dos agentes, e acompanhar as conseqüências da era da informação, se tornou um fator crucial para as empresas. (BSD, 2007).

No entanto, embora o crescimento econômico¹, verificado nas últimas décadas, tenha gerado desenvolvimento, trouxe, atrelado a ele, problemas sociais e políticos, podendo citar como exemplos: a fome, a miséria, a degradação ambiental, a corrupção, o desemprego e a instabilidade política. (PROFI, 2005).

A globalização da economia, a fragmentação política e o conseqüente enfraquecimento do Estado, adicionados ao desemprego em massa, à devastação ambiental e ao aguçamento da desigualdade social e da miséria, levaram diferentes organizações internacionais a repensar o desenvolvimento. (ANDRADE, 2007).

A partir dessa conjuntura, no final da década de 80, iniciam-se, mais fortemente, as preocupações com o futuro do desenvolvimento mundial. A Comissão Mundial do Meio Ambiente e Desenvolvimento – Comissão Brundtland – publicou o relatório intitulado “Nosso Futuro Comum”, onde levantou importantes questões relativas ao avanço das novas tecnologias sobre o meio ambiente. Nesse relatório surge, pela primeira vez, o conceito de Desenvolvimento Sustentável (DS), como sendo “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades” (COMISSÃO, 1988, P.46).

¹ A diferença conceitual entre crescimento, desenvolvimento, ecologia, desenvolvimento sustentável, entre outros, pode ser verificada no Anexo 1.

A idealização de uma população sem fome, de escolas com qualidade para todos, saúde, habitação, saneamento básico, trabalho, lazer, acesso à informação, Estado sem corrupção, sociedade sem violência, meio ambiente preservado, infra-estrutura eficiente, além de outros aspectos fundamentais para a qualidade de vida, deixaria de ser utopia através da empregabilidade do conceito de Desenvolvimento Sustentável, por todos os agentes. (PROFI, 2005).

E onde as empresas estariam inseridas nesse novo contexto? Com a disseminação do conceito de Desenvolvimento Sustentável, as organizações passaram a exercer um novo papel perante a sociedade e passaram também, a ser cada vez mais cobrada pela mesma. De acordo com Ashley (2002, p. 5),

A nova realidade de mercado faz com que as empresas invistam mais em outros atributos hoje essenciais, além de preço e qualidade: confiabilidade, serviço de pós-venda, produtos ambientalmente corretos e relacionamento ético da empresa com seus consumidores, fornecedores e varejistas, além da valorização de práticas ligadas ao ambiente interno, como política adotada em relação à segurança de seus funcionários ou produtos e à qualidade e preservação do meio ambiente.

Desde então, é visível que “a responsabilidade social leva, no âmbito da empresa, à constituição de uma cidadania organizacional e, no âmbito externo, à implementação de direitos sociais”. (SROUR, 1998 apud ASHLEY, 2002, p. 6).

A partir dessa extensão, surge o conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), que segundo o Instituto Ethos de Responsabilidade Social (2007), significa:

Forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

E é nesse novo conceito de desenvolvimento - baseado no tripé eficiência econômica, prudência ecológica e justiça social - que as empresas estão escolhendo estratégias que possam, ao mesmo tempo, garantir uma posição de destaque e de perenidade em longo prazo, isto é, as estratégias empresariais voltam-se para os princípios de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social.

Atualmente, empresas de sucesso possuem muito mais valores intangíveis do que tangíveis. O valor intangível de uma empresa é representado pela sua marca. E marca quer dizer reputação, o quão digna de confiança e respeito uma determinada empresa é. A reputação de uma empresa somente será sustentável na medida em que refletir a sua realidade. Mostrar valores já não basta. Deve-se colocá-los em prática. (BSD, 2007)

As empresas estão procurando desenvolver sistemas de gestão ambiental, em busca de inovações, que lhes permitam ser mais lucrativas, numa relação com o meio ambiente, tornando-as dessa forma mais competitivas e fazendo com que se enquadrem dentro dos princípios de DS. (CORTE, 2005).

Segundo Porter (1995 apud CORTE, 2005, p. 9), “os novos padrões ambientais podem gerar inovações que diminuam o custo ou agreguem valor ao produto”, já que as inovações permitem que se use mais racionalmente uma série de insumos, compensando os investimentos feitos. Dentro da visão de longo prazo, as empresas podem vislumbrar vantagens competitivas maiores do que aquelas que possuem hoje. (CORTE, 2005).

Isto posto, percebe-se atualmente que os investimentos na imagem institucional – de empresa cidadã, preocupada com o bem estar social e com o meio ambiente – que são refletidos na sociedade, tornaram-se de suma importância.

Portanto, a empresa deve considerar os caracteres ambientais e sociais – e recentemente o elemento cultural - como fatores fundamentais de equilíbrio no desenvolvimento econômico e da sociedade, comprometendo-se a manter esses fatores em harmonia com suas atividades. As organizações estão mais sensibilizadas, dispostas e comprometidas em dividir com o governo a responsabilidade pela diminuição das desigualdades sociais, passando esta preocupação a ser extensão da empresa.

Arelado a esses acontecimentos, as normas ambientais tornaram-se cada vez mais rígidas no combate a degradação do ecossistema (ISO 9000, ISO 14000, indicadores Ethos, entre outros) e a maior pressão da sociedade visando à melhoria da qualidade de vida e do mercado competitivo, incentivam mudanças na participação empresarial para o meio ao qual está inserida.

Desenvolvimento sustentável e responsabilidade social empresarial não são apenas palavras bonitas ditas e ouvidas teoricamente. Elas devem e estão sendo aplicadas na realidade [...]. É assim quando a empresa decide elaborar e aplicar um código de conduta interna, ou decide prestar contas de sua performance social e ambiental além da performance financeira em um balanço aberto. Existem ainda assuntos correlatos, como o marketing relacionado às causas sociais, onde a empresa associa sua marca ou produto a uma determinada causa, gerando um benefício mútuo. Ou o investimento social, onde

a empresa, além de apoiar financeiramente um determinado projeto social, acompanha a sua execução e cobra resultados. (BSD, 2007).

A aplicação do conceito de sustentabilidade nas empresas exige uma disposição para a mudança, uma mudança de cultura, de pensamento e de paradigmas.

A ampliação das responsabilidades da empresa não exclui o seu objetivo natural, que é o crescimento através do lucro. Mas preferencialmente o lucro saudável, em longo prazo, com riscos minimizados, que a atuação sustentável e socialmente responsável das empresas permite gerar. (BSD, 2007).

Segundo Aronque (2006, p. 22), para ser sustentável, uma empresa ou entidade precisa atender a quatro requisitos básicos:

- Ser ecologicamente correta;
- Ser economicamente viável;
- Ser socialmente justa;
- Ser culturalmente aceita.

Então, para a empresa contribuir para o Desenvolvimento Sustentável deve gerar, simultaneamente, benefícios econômicos, sociais e ambientais.

A adesão das empresas ao desenvolvimento sustentável, que equivale a um compromisso permanente com a integridade do meio ambiente e aos princípios da responsabilidade social, fez com que o mercado financeiro, por meio das instituições financeiras implementassem mudanças institucionais, como indicadores, *ratings* e fundos de investimentos socialmente responsáveis. (REZENDE, 2006, p. 15).

No mercado financeiro, essas mudanças de paradigmas podem ser evidenciadas na instituição de índices de sustentabilidade, que refletem o desempenho das empresas com responsabilidade sócio-ambiental. Em setembro de 1999, o grupo *Dow Jones* lançou o *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) – Índice *Dow Jones* de Sustentabilidade – o primeiro índice global que avalia o desempenho financeiro das principais empresas do mundo que reconhecidamente atuam com práticas de governança corporativa e de responsabilidade socioambiental orientadas pela sustentabilidade. Atua com o intuito de “premiar as empresas que procuram aliar desenvolvimento com eco-eficiência e responsabilidade social” (MAY et al., 2003 apud

REZENDE, 2006, p. 15). No cenário brasileiro, foi lançado em 2005, pela Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), formulado com base no conceito internacional do *triple bottom line* – que avalia de maneira integrada as dimensões econômicas, financeiras, sociais e ambientais das empresas.

Esses índices visam estimular a responsabilidade ética nas corporações, demonstrando a extrema importância do conceito de DS também no âmbito empresarial.

Segundo Rezende (2006, p. 16) “o Investimento Socialmente Responsável é aquele que considera, além dos resultados financeiros para o investidor, considerações ambientais, práticas de responsabilidade social e padrões éticos para selecionar as empresas participantes dos fundos de investimento”. E a atuação desses fundos é de grande importância para os *stakeholders*² e *shareholders*³, pois as práticas adotadas pelas empresas afetam sua confiabilidade perante o mercado financeiro.

Na esfera das instituições financeiras, “os riscos ambientais tornaram-se cada vez mais determinantes para o negócio”. (RELATÓRIO MMA/BB, 2007, p. 19).

A sustentabilidade tornou-se ainda mais presente e influente na parte financeira das organizações com o estabelecimento dos Princípios do Equador, no qual o “objetivo é garantir que os projetos financiados sejam desenvolvidos de forma socialmente responsável e que reflitam boas práticas de gestão ambiental”. (RELATÓRIO MMA/BB, 2007, p. 22).

Percebe-se então, que a preocupação e o investimento das instituições financeiras em ações sustentáveis é cada vez maior, ou seja, houve uma mudança de postura, do assistencialismo para a gestão sustentável.

Entretanto, é imprescindível que essas ações extrapolem o *marketing*, elas devem estar inseridas nas políticas e estratégias dessas organizações, para que efetivamente sejam ações perenes.

Para o professor Ladislau Dowbor (apud RICO, 2006, p.15),

Mais do que investir em cultura e projetos sociais, as instituições financeiras devem integrar a responsabilidade social ao seu negócio. Os bancos possuem grande capilaridade e têm conhecimento dos mecanismos financeiros. Então, podem agir como fomentadores do desenvolvimento, financiando projetos que gerem emprego e coisas do gênero.

² *Stakeholder*: Parte interessada ou interveniente, refere-se a todos os envolvidos em um processo, por exemplo, clientes, colaboradores, investidores, fornecedores, comunidade, governo, etc.

³ *Shareholders*: Acionista.

De acordo com Ciro Torres (apud RICO, 2006, p. 15) “o grande impacto para a sociedade não é o banco dizer que investe num projeto social. É colocar a questão da responsabilidade social como critério para definir sua carteira de investimentos. Afinal as instituições financeiras são o motor do desenvolvimento do país”.

Nesta conjuntura de responsabilidade socioambiental, pretende-se expor as ações ligadas à promoção do desenvolvimento sustentável pelas instituições financeiras que aderiram aos Princípios do Equador e procurar demonstrar o avanço obtido por essas organizações em promover o desenvolvimento econômico de maneira mais equitativa.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Geral

O presente trabalho tem por objetivo apresentar os conceitos ligados ao Desenvolvimento Sustentável e analisar o papel desempenhado pelas Instituições Financeiras na promoção do mesmo, através da aplicação de práticas de Responsabilidade Socioambientais. Paralelamente objetiva-se expor algumas práticas, referente às ações nesse ramo, adotadas pelos bancos de capital nacional – Itaú, Unibanco, Bradesco e Banco do Brasil – que aderiram voluntariamente aos Princípios do Equador.

1.3.2 Específicos

Pretende-se ponderar os seguintes objetivos específicos:

- a) Contextualizar o surgimento do conceito de Desenvolvimento Sustentável e todas as demais idéias ligadas ao tema, relatar a crescente preocupação com questões socioambientais, tanto por parte da sociedade quanto das empresas.
- b) Explanar o conceito de Responsabilidade Socioambiental Empresarial, bem como o surgimento de normas e mecanismos que avaliam estas práticas e demonstram sua contribuição para os objetivos empresariais, e ainda, analisar de que forma essa postura adotada pelas organizações pode gerar vantagens competitivas.

- c) Apresentar as práticas realizadas pelas organizações de capital nacional – Itaú, Unibanco, Bradesco e Banco do Brasil – objetivando contextualizar os princípios de responsabilidade empresarial aplicados às instituições financeiras.

1.4 METODOLOGIA

Segundo Gil (2002, p.31), “para que um conhecimento possa ser considerado científico, não basta que seja verdadeiro. Requer-se a identificação das operações mentais e técnicas que possibilitam sua verificação”.

Faz-se, portanto necessário verificar o método de pesquisa que possibilita a elaboração de tal projeto, e de acordo com Bello (2004), “metodologia é o estudo dos caminhos a serem seguidos [...]”, isto é, a explicação minuciosa e detalhada de toda ação desenvolvida no método (caminho) do trabalho de pesquisa.

Gil (2002, p. 32) apresenta os métodos “que proporcionam as bases lógicas da investigação científica” e os “que esclarecem acerca dos procedimentos técnicos que poderão ser utilizados”. No primeiro grupo enquadra-se o método dedutivo, o indutivo, o dialético e o hipotético-dedutivo e são os que “possibilitam ao pesquisador decidir acerca do alcance de sua investigação, das regras de explicação dos fatos e da validade de suas generalizações” (GIL, 2002, p. 32). No segundo grupo tem-se o método experimental, o observacional, o comparativo, o estatístico e o monográfico e de acordo com o mesmo autor (2002, p. 40) são os que “tratam dos aspectos mais concretos da investigação científica”.

Considerando esse segundo grupo, o trabalho combina o método observacional com o monográfico. Para a elaboração do trabalho foi realizada uma pesquisa bibliográfica, que consistiu na exposição do pensamento de diversos autores que discorrem sobre o tema escolhido, qual seja a RSE.

Com base em livros, periódicos, *internet*, teses, dissertações e monografias, procurou-se obter uma fundamentação teórica referente ao desenvolvimento sócio-econômico e ligadas à disciplina de economia de empresas, necessárias para o entendimento sobre responsabilidade socioambiental, desenvolvimento sustentável e o novo paradigma de competição das empresas, com o intuito de compreender o porquê do investimento em questões sociais e ambientais por parte das organizações, e principalmente por parte das instituições financeiras.

Em resumo, esse procedimento objetivou realizar uma revisão teórica sobre o conceito de Desenvolvimento Sustentável, e sua repercussão sobre o papel das empresas e a emergência de idéias relacionadas às questões sociais e ambientais dentro das organizações e, atrelado a isso, explanar as normas e indicadores relacionados a essa discussão.

O segundo procedimento metodológico foi identificar as estratégias de responsabilidade socioambiental empresarial no âmbito das instituições financeiras.

Com base no pressuposto de que população (ou universo da pesquisa) é a total de indivíduos que possuem as mesmas características definidas, neste caso todas as instituições financeiras que atuam no Brasil e que, a amostra é parte do universo, selecionada de acordo com regra própria, neste trabalho será apresentado à atuação dos bancos Itaú, Bradesco, Unibanco e Banco do Brasil, por serem de capital nacional e por terem aderido aos Princípios do Equador.

1.5 ESTRUTURA DA MONOGRAFIA

Esta monografia está ordenada em 5 capítulos. Este primeiro aborda a formulação da situação problema, os objetivos do estudo, a metodologia de pesquisa, e também a estrutura da monografia.

No capítulo 2 apresenta-se a revisão de literatura, expõe a evolução dos conceitos ligados a sustentabilidade e responsabilidade empresarial. São descritos como ocorreu o despertar da consciência mundial sobre o tema, as escolas de onde partem a fundamentação teórica da Responsabilidade Empresarial, os tipos de *marketings* encontrados, entre outras questões.

O terceiro capítulo trata da responsabilidade empresarial como um fator de competitividade e descreve os principais conceitos ligados ao assunto, como estratégia e vantagem competitiva. Ainda apresenta os instrumentos de avaliação no que tange a atuação empresarial.

O capítulo 4 expõe a responsabilidade socioambiental no âmbito das instituições financeiras, enfatizando fundamentalmente a mudança de postura dessas organizações após o lançamento dos Princípios do Equador. Apresenta-se ainda, as entidades de apoio à promoção do tema na esfera bancária e a atuação dos quatro bancos de capital nacional.

Por fim, no quinto capítulo observam-se as considerações finais a cerca do tema estudado bem como recomendações para futuros trabalhos de conclusão de curso.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo visa expor os principais conceitos ligados ao tema de pesquisa, desde o despertar da consciência mundial para com os problemas sociais e ambientais – derivadas do atual processo de desenvolvimento econômico – à evolução do termo ambientalismo para Desenvolvimento Sustentável, às definições de Responsabilidade Sócio Empresarial, relatando como este último se tornou um fator de competitividade entre as empresas.

2.1 DO AMBIENTALISMO AO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O significado literal de desenvolvimento é progresso. Quando se aplica este conceito ao progresso da humanidade, a literatura constata que, desde a época da renascença até o presente momento, o desenvolvimento foi dirigido principalmente sob a ótica ocidental, sendo sinônimo do avanço tecnológico e científico e do aumento de riqueza. (SUORANTA, 2003 apud PAAS, 2004, p. 30).

A confiança no progresso tecnológico e científico em conjunto com a riqueza foi ganhando fôlego à medida que as grandes invenções e novos produtos foram providenciando melhorias no cotidiano do ser humano. Na chegada do século 20, a crença neste modelo já encontrava-se integrada no tecido da sociedade, que estava plenamente imersa na era da industrialização. (PAAS, 2004, p. 32).

O atual modelo de crescimento econômico gerou enormes desequilíbrios. Se, por um lado, nunca houve tanta riqueza e fartura no mundo, por outro, trouxe muitas conseqüências negativas, como a degradação desenfreada do meio ambiente e a diminuição da qualidade de vida. Diante desta constatação, e com a crescente preocupação da sociedade, surge a idéia do Desenvolvimento Sustentável, buscando conciliar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental e, ainda, o fim da pobreza no mundo. (CORTE, 2005; LEVEK, 2006).

Já no século XVIII tentou-se resgatar a consciência ecológica através dos movimentos ecologistas e ambientalista, entretanto, somente no século XX que, efetivamente, houve uma sensibilização ecológica e ambiental. (LEVEK, 2006).

No ano de 1945, meses após o término na Segunda Guerra Mundial, foi criada a Organização das Nações Unidas – ONU, com o objetivo de unir todas as nações do mundo em

prol da paz e do desenvolvimento com base nos princípios de justiça, dignidade humana e bem estar de todos, ou seja, trabalhar em conjunto para eliminar a pobreza, a doença e o analfabetismo no mundo, acabar com a destruição do ambiente e incentivar o respeito pelo direito e liberdade dos outros. (ONU, apud LEVEK, 2006).

Neste momento os países demonstraram interesses por questões sociais e ambientais. Na década de 50 emergiu o ambientalismo com muito mais força e na década de 60 surgem as primeiras Organizações não governamentais (ONGs). “Em 1961 foi criada a primeira ONG ambiental, o Fundo para a Vida Selvagem (*World Wide Fund for Nature – WWF*)”. (LEVEK, 2006, p. 25).

Em 1964, em Genebra, foi criada a UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento), com o objetivo de fazer com que o comércio internacional seja uma força em prol do desenvolvimento durável entre todos os povos e nações, buscando reduzir o abismo entre os países ricos e pobres. (LEVEK, 2006).

No ano de 1968 foi criado pela Academia *dei Lincei*, na Itália, o chamado Clube de Roma⁴, que marcou a década de 70 com importantes estudos a respeito da preservação ambiental. Nesta mesma década foram criadas diversas organizações internacionais que objetivavam discutir os problemas ambientais no mundo, como por exemplo, o *Greenpeace*, em 1971 e também foram criados os primeiros selos ecológicos, em 1972 na Holanda e em 1978 na Alemanha. (CORTE, 2005; LEVEK, 2006).

Entretanto o acontecimento mais marcante desse período foi a Conferência de Estocolmo ou Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, em 1972, na Suécia.

“A Conferência produziu uma declaração de 26 princípios e um Plano de Ação com 109 recomendações, [...] constituindo o primeiro conjunto de *soft laws* (leis internacionais, apenas intencionais, sem aplicação obrigatória)” (RELATÓRIO MMA/BB, 2007, p. 3) para o meio ambiente.

Esses estudos relacionavam quatro grandes questões que deveriam ser solucionadas para que se alcançasse a sustentabilidade:

⁴ Grupo de homens e mulheres, cerca de 50 deles, estudiosos das vicissitudes planetárias, construíram o famoso clube de Roma. Propunham-se a analisar variáveis como tecnologia, população, alimentos, recursos naturais e meio ambiente com o propósito de apontar possíveis caminhos para evitar o colapso do planeta, previsto para o ano 2000. (RELATÓRIO MMA/BB, 2007).

- Controle do crescimento populacional;
- Controle do crescimento industrial;
- Insuficiência da produção de alimentos;
- Esgotamento de recursos naturais.

Todavia, as propostas veiculadas defendiam uma moratória de crescimento econômico. A bandeira do “crescimento zero” não foi adotada por nenhuma nação.

Ainda em 1972, por recomendação da Conferência, criou-se o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), com sede no Quênia, para ação e coordenação de questões ambientais no âmbito da ONU. A missão do PNUMA é “prover liderança e encorajar parcerias no cuidado com o ambiente, inspirando, informando e capacitando nações e povos a aumentar sua qualidade de vida sem comprometer a das futuras gerações”. (ONU-BRASIL, apud RELATÓRIO MMA/BB, 2007, p.3).

Conforme Paas (2005, p. 38), [...] “analistas mostraram que muitos países “em desenvolvimento” estavam alcançando seus objetivos de crescimento e aumentando seus PIB’s. Porém, apresentavam piores quadros de pobreza e de distribuição de riquezas”.

Em 1974 a questão do ecodesenvolvimento foi reelaborada pelo professor Ignacy Sachs e sua equipe. Eles trouxeram à tona a conexão existente entre explosão populacional, pobreza, degradação e a responsabilidades dos países desenvolvidos com esses problemas, devido a seu elevado nível de consumo, desperdício e poluição. O relatório *Que Faire* apresentado pela Fundação *Dag Hammarskjold* na 7ª Conferência Extraordinária das Nações Unidas em 1975, reutilizaram as idéias do referido professor, entretanto substituíram o termo ecodesenvolvimento por “um outro desenvolvimento” ou “desenvolvimento sustentado”. (LEVEK, 2006).

A década seguinte (anos 80) ficou conhecida em vários países em desenvolvimento como a “década perdida”. E no meio desse contexto, “a Assembléia Geral das Nações Unidas adotou a Carta Mundial da Natureza (*World Charter for Nature*), chamando a atenção para o valor intrínseco das espécies e dos ecossistemas”. (ONU, apud RELATÓRIO MMA/BB, 2007, p. 5).

No ano de 1980 foi lançado a Estratégia de Conservação Mundial (*World Conservation Strategy*), este documento “reconheceu que a abordagem dos problemas ambientais requer um esforço em longo prazo e a integração dos objetivos ambientais com aqueles relacionados com o desenvolvimento”. (RELATÓRIO MMA/BB, 2007, p. 6).

Em 1983 foi criada a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), presidida esta pela Sra. Gro Harlem Brundtland, primeira ministra da Noruega, que tinha por objetivo reexaminar os problemas críticos do meio ambiente e do desenvolvimento planetário, bem como propor soluções. E em 1987, esta Comissão elaborou um documento denominado “Nosso Futuro Comum”, também conhecido como Relatório Brundtland, onde os governos signatários se comprometiam a promover o desenvolvimento econômico e social em conformidade com a preservação ambiental. (CORTE, 2005; LEVEK, 2006).

Neste documento, foi apresentada a definição oficial do conceito de Desenvolvimento Sustentável, que significa “atender as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem as suas” (OLIVEIRA, 2003 apud RELATÓRIO MMA/BB, 2007, p. 7) e os métodos para enfrentar a crise pelo qual o mundo passava.

O DS envolve três elementos principais: a melhoria da eficiência econômica, a proteção e restauração dos sistemas ecológicos e o bem-estar de pessoas, isto é, para haver o DS, estes três elementos necessitam estar em equilíbrio, ou seja, é necessário conceber o desenvolvimento das sociedades e do meio ambiente saudáveis, zelar para a justiça na economia e nas questões sociais e buscar a prudência no uso de recursos naturais e na expansão da economia. (PAAS, 2004). O tripé do desenvolvimento sustentável é ilustrado na figura 1.



FIGURA 1: Os 3 pilares do Desenvolvimento Sustentável
FONTE: BSD

O tripé da sustentabilidade é conhecido como *The Triple Bottom Line*, tem como ideal que as empresas obtenham sua licença para operar não somente satisfazendo os seus acionistas (tripé econômico), mas pela satisfação simultânea de outros *stakeholders* da sociedade através do

melhor desempenho ambiental e social, desta forma, reconhece que a sociedade depende da economia e que a economia depende do ecossistema global. (CEBDS, 2007; GOMES 2005).

Ainda segundo o Relatório *Brundtland*, uma série de metas deveriam ser tomadas pelos Estados nacionais e internacionais, conforme quadro 1:

METAS NACIONAIS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Limitação do crescimento populacional; 2. Garantia de alimentação a longo prazo; 3. Preservação da biodiversidade e dos ecossistemas; 4. Diminuição do consumo de energia e desenvolvimento de tecnologias que admitem o uso de fontes energéticas renováveis; 5. Aumento da produção industrial nos países não-industrializados à base de tecnologias ecologicamente adaptadas; 6. Controle da urbanização selvagem e integração entre campo e cidades menores; 7. As necessidades básicas devem ser satisfeitas.
METAS INTERNACIONAIS
<ol style="list-style-type: none"> 1. As organizações do desenvolvimento devem adotar a estratégia de desenvolvimento sustentável; 2. A comunidade internacional deve proteger os ecossistemas supranacionais como a Antártica, os oceanos, o espaço; 3. Guerras devem ser banidas; 4. A ONU deve implantar um programa de desenvolvimento sustentável.

QUADRO 1 – Metas a serem tomadas pelos estados nacionais e internacionais
 FONTE: Corte 2005, p. 31.

Ao final da década, introduzia-se na indústria o conceito de ecoeficiência⁵ como uma forma de, simultaneamente, reduzir o impacto ambiental e aumentar a rentabilidade. Com isso ficou claro que um número cada vez maior de atores teria de lidar com as implicações ambientais de suas atividades. (RELATÓRIO MMA/BB, 2007).

Em 1992, foi realizada na cidade do Rio de Janeiro uma conferência, conhecida como Rio-92 ou Cúpula da Terra ou Eco-92, onde foi elaborado um documento denominado Agenda 21⁶, contendo a estratégia de ação, e os princípios básicos para a construção de uma sociedade sustentável, ou seja, um guia para a promoção de “ações que estimulem a integração entre

⁵ É um conceito que relaciona eficiência de recursos e responsabilidade ambiental; ou seja, na medida em que se emprega materiais e energia de forma eficiente, pode-se reduzir os custos e os impactos ambientais. Tem se tornado, cada vez mais, uma filosofia de gerenciamento que prioriza a sustentabilidade. (CRESCER, 2007).

⁶ O termo “Agenda 21” foi usado no sentido de expressar as intenções de se caminhar para a realização desse novo modelo ao longo do século XXI. A Agenda 21 é um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes regiões do planeta, conciliando métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica. (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2005). A Agenda 21 pode ser formulada em nível nacional, regional e/ou empresarial.

crescimento econômico, a justiça social e a proteção ao meio ambiente” (RELATÓRIO MMA/BB, 2007, p. 9).

Na Conferência Rio-92, além da Agenda 21, os principais resultados obtidos foram a aprovação dos seguintes documentos oficiais: A Declaração do Rio de Janeiro sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento; a Convenção sobre Mudanças Climáticas e a Declaração de Princípios sobre Florestas. (LEVEK, 2006).

No ano de 2000 foi aprovada a Carta da Terra pela UNESCO e em 2002 foi assumida pela ONU, consiste em um documento que faz um apelo ao respeito pela natureza, pelos direitos humanos universais, pela justiça econômica e cultura da paz e retrata a situação global como sendo de devastação ambiental, redução dos recursos e extinção das espécies. Esse documento equivale à Declaração Universal dos Direitos Humanos para a área do Meio Ambiente. (LEVEK, 2006).

A Carta da Terra é uma espécie de código de ética. Ela busca ser uma síntese de valores, princípios e aspirações compartilhados por pessoas e governos de todas as partes do mundo - “uma declaração universal de direitos humanos”, sendo assim, um tipo de constituição, ou carta magna em que podem ser baseados os princípios para a governança global (CLUGSTEN et al. 2002 apud PAAS, 2004).

Ainda no ano de 2000 foi formulada pela Cúpula do Milênio em Nova Iorque, a Declaração do Milênio das Nações Unidas, com o objetivo de reafirmar o compromisso de priorizar a eliminação da pobreza e contribuir para o DS. Foram estabelecidas as seguintes metas (PAAS, 2004; RELATÓRIO MMA/BB, 2007):

- a) erradicar a pobreza extrema e a fome;
- b) alcançar a educação fundamental universal;
- c) promover a igualdade entre os sexos e a melhora do desempenho das mulheres;
- d) reduzir a mortalidade infantil;
- e) melhorar a saúde maternal;
- f) combater HIV/AIDS, malária e outras doenças;
- g) assegurar sustentabilidade ambiental;
- h) formular uma parceria global para o desenvolvimento.

Em 2002, ocorreu a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável (CMDS), comumente chamada Rio+10, em Johannesburgo, na África do Sul. O objetivo foi reafirmar a necessidade de equilíbrio entre desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e proteção ao meio ambiente, como pilares interdependentes do desenvolvimento sustentável, reforçando os objetivos traçados na Agenda 21. As principais medidas dessa Cúpula são: aumentar a proteção da biodiversidade e o acesso à água potável, ao saneamento, ao abrigo, à energia, à saúde e à segurança alimentar. Procura-se priorizar o combate a várias situações adversas: fome crônica, desnutrição, ocupação estrangeira, conflitos armados, narcotráfico, crime organizado, corrupção, desastres naturais, tráfico ilícito de armas, tráfico de pessoas, terrorismo, xenofobia, doenças crônicas transmissíveis (Aids, malária, tuberculose e outras), intolerância e incitação a ódios raciais, étnicos e religiosos. (LEVEK, 2006; RELATÓRIO MMA/BB, 2007).

Em outubro de 2003 foi realizado na cidade de Curitiba – PR a Conferência Internacional sobre Indicadores de Desenvolvimento Sustentável e Qualidade de Vida (ICONS), com o intuito de discutir a necessidade de uma mudança estrutural nas relações políticas globais, reunindo profissionais de todo o mundo para discutir novos indicadores ambientais, culturais e socioeconômicos que reflitam de forma mais real a qualidade de vida da população. (LEVEK, 2006). Além dessas questões, o uso consciente dos recursos naturais, que são tangíveis, foi tema de debate na conferência.

O ano de 2005 foi marcado pela entrada em vigor do Protocolo de Quioto – protocolo que teve origem no ano de 1997, na cidade de Quioto no Japão, na 3ª Conferência das Partes (CO3) da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (CQNUMC). Oficialmente conta com 169 países que reconhecem que o aquecimento global é uma realidade comprovada cientificamente, todavia, alguns países, grandes poluidores, como os Estados Unidos, ainda não ratificaram o Protocolo. Este propõe um calendário onde os países desenvolvidos têm a obrigação de reduzir a quantidade de gases poluentes em, pelo menos, 5.2% até 2012, em relação aos níveis de 1990. Os países signatários terão que colocar em prática planos para reduzir a emissão desses gases entre 2008 e 2012, entretanto, cada país possui uma meta diferente dentro da meta global. (LEVEK, 2006; WWF, 2007).

Os participantes podem reduzir as emissões nacionalmente ou também podem usar as vantagens dos chamados "mecanismos de flexibilização" (Comércio de Emissões, Mecanismo de

Desenvolvimento Limpo⁷ e Implementação Conjunta), como ainda utilizar o carbono absorvido nos chamados "sumidouros", como florestas e terras agrícolas, para compensar suas necessidades de redução. (WWF, 2007).

Em suma, o Desenvolvimento Sustentável requer (CORTE, 2005, p. 33):

- Um sistema político que assegure a efetiva participação dos cidadãos no processo decisório;
- Um sistema social que possa resolver as tensões causadas por um desenvolvimento não-equilibrado;
- Um sistema de produção que respeite a obrigação de preservar a base tecnológica do desenvolvimento;
- Um sistema tecnológico que busque constantemente novas soluções;
- Um sistema internacional que estimule padrões sustentáveis de comércio e financiamento;
- Um sistema administrativo flexível e capaz de se autocorrigir.

Segundo Barbieri (1997 apud LEVEK, 2006, p. 34), o DS é “uma maneira de perceber que as soluções para os problemas globais, não se reduzem apenas à degradação do ambiente físico e biológico, mas que incorporam dimensões sociais, políticas e culturais”.

O desenvolvimento sustentável pode ser entendido como um guia moderno que serve como um direcionamento podendo ser acompanhado por todos os segmentos da sociedade, como uma bússola, com a qual se pode medir o progresso de um país, baseado em projetos e ações sociais que propiciem a educação básica; saúde e nutrição adequadas; moradia e trabalho dignos; meio ambiente conservado; energia limpa e renovável; lazer e entretenimento para todas as idades e comunicação e mobilidade mundiais. (LEVEK, 2006, p. 36).

Entretanto, o problema mais freqüente no caminho da sustentabilidade do desenvolvimento parece ser em como conciliar lógicas tão distintas (como por exemplo, a questão da redução da pobreza e o limite do crescimento econômico) e também, como conciliar os interesses tão conflitantes entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos. (CORTE, 2005).

⁷ A forma transacional do Mecanismo de Desenvolvimento Limpo é a negociação de Crédito de Carbono, com ele é possível que uma empresa de um país industrializado “compre o direito de poluir” adquirindo créditos compensatórios por suas emissões. O sistema tem a vantagem de permitir que cada empresa estabeleça seu próprio ritmo de adequação às leis ambientais. Estes certificados podem ser comercializados através das Bolsas de Valores e de Mercadorias (CRESCER, 2007).

2.2 A EMPRESA E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Do ponto de vista empresarial, o conceito de DS está se tornando cada dia mais debatido. Por meio de ações concretas, grandes empresas ao redor do mundo, estão buscando incorporar esta idéia em seus processos através de diferentes abordagens e ferramentas, preparando-se assim para serem competitivas e diferenciadas no novo milênio. As grandes corporações estão entendendo que este é um modelo de crescimento, que precisa ser compartilhado com todos os *stakeholders*, fazendo assim um mundo ganha-ganha-ganha, isto é, as grandes corporações estão percebendo que o tema não é mais uma questão de modismo na administração e sim uma questão de sobrevivência do planeta. (LEVEK, 2006).

“Este conceito surgiu em razão do desequilíbrio existente entre o sistema econômico e tecnológico, o sistema social e o ambiental, objetivando conciliar o socialmente equitativo, o ambientalmente equilibrado e o economicamente eficiente e produtivo”. (ALMEIDA, J, 1997 apud CORTE, 2005, p. 36).

No entanto, sabe-se que as lógicas governamentais e empresariais mudam lentamente. A lógica empresarial predominante, ainda, é a do lucro por tempo indefinido e a qualquer preço e, a lógica política é a de concentração de poder. A dimensão social está sendo incorporada em decisões de investimentos, pelos dirigentes de empresas, como um pré-requisito para a sobrevivência do próprio mercado.

Para ser aplicado nas organizações, o conceito de sustentabilidade envolve mudanças. Mudanças culturais, de paradigmas, na maneira de enxergar o próprio negócio e os públicos que fazem parte dele. A sustentabilidade global é um conceito complexo e multidimensional e requer que as empresas levem em conta quatro conjuntos motivadores essenciais (ARONQUE, 2006):

1. As empresas devem criar valor reduzindo o nível de consumo de matéria-prima e de poluição associado com a rápida industrialização.
2. As empresas podem criar valor ao operar com níveis mais amplos de transparência e responsabilidade.
3. As empresas podem criar valor por meio do desenvolvimento de novas e revolucionárias tecnologias que tenham o potencial para reduzir as agressões ao planeta.

4. As empresas podem criar valor ao atender às necessidades daqueles localizados no extremo inferior da pirâmide de renda do mundo.

A evolução do conceito de Desenvolvimento Sustentável e seus impactos sobre as estratégias empresariais pode ser melhor visualizada através da figura 2:

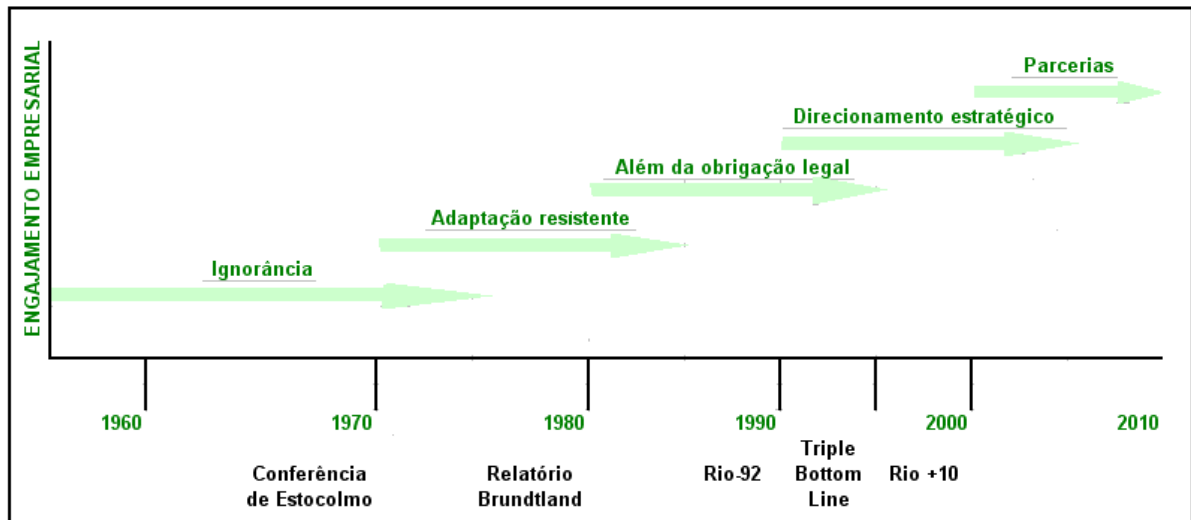


FIGURA 2: Evolução do conceito de sustentabilidade.
FONTE: Adaptado de ALMEIDA. M, 2006, p. 15.

Percebe-se, que com o passar dos anos, os conceitos ligados ao desenvolvimento sustentável foram aprimorados, a conscientização populacional foi majorada e diversos debates surgiram. A partir desta evolução, o tema passou a estar disseminado por todas as esferas da sociedade e, é nesse contexto que as empresas progrediram em relação a sua efetiva contribuição para que o DS chegasse ao campo organizacional, através de ações concretas e efetivamente inseridas nas estratégias empresariais.

Segundo Kreitlon (2004 apud CARDOSO, 2005) os fundamentos teóricos utilizados para justificar os conceitos de RSA, partem, de uma maneira geral, de três escolas distintas:

a) Escola *Business Ethics* (Ética empresarial): ramo da ética aplicada aos negócios, propõe um tratamento de cunho filosófico, normativo, centrado em valores e em julgamentos morais, tendo sua visão da empresa como um ser moral. As responsabilidades sob as decisões empresariais deixam de ser atribuídas somente aos indivíduos, e passam a ser atribuídas à própria organização,

enquanto estrutura decisória composta por objetivos, regras e procedimentos. A idéia de responsabilidade pessoal é substituída pela noção de responsabilidade corporativa.

b) Escola *Business & Society* (Mercado e Sociedade): estuda elementos como poder e legitimidade. A palavra responsabilidade é dissociada da noção de filantropia, e passa a traduzir a idéia de conseqüências das próprias atividades do dia-a-dia da empresa para os agentes sociais afetados. Corroborando esse raciocínio, surge a “Teoria dos Stakeholders”, desenvolvida por Freeman (1984), cuja idéia principal é a de que as responsabilidades da empresa não estariam circunscritas somente aos acionistas, devendo ser ampliada para o conjunto das partes interessadas e afetadas por suas atividades. Essa escola assume que a empresa e a sociedade são partes de um mesmo sistema, e estão em constante interação e, tal conectividade se dá por meio de um contrato social.

c) Escola *Social Issues Management* (Gestão de Questões Sociais): trata os problemas sociais como variáveis a serem consideradas no âmbito da gestão estratégica. Tendo a figura do economista Milton Friedman como um dos seus principais expoentes, esta escola considerava que a única responsabilidade social nos negócios é aumentar o lucro, maximizar o retorno e colocar muita fé na eficiência dos mercados, o que, supunham, beneficiaria o maior número de pessoas. Entretanto, seus continuadores admitem a necessidade de inclusão da dimensão social na agenda dos negócios, porém, em uma abordagem instrumental/estratégica.

Na década de 90 surge uma nova realidade econômica no mundo globalizado, ocorre a transferência do poder do Estado para as empresas, o poder da lógica econômica assume o controle sobre o político, devido a grande concentração de renda que estas empresas acumulam. Paralelamente as ações sociais passaram a migrar do Estado e da sociedade para as estruturas de poder geridas pelas empresas, surge então à lógica da racionalidade social, onde a empresas tornam-se o principal agente social. (CARPES, 2005; LEVEK, 2006).

Em um primeiro estágio, as empresas por meio de atividades filantrópicas começam a praticar RS, na seqüência, outras formas de inserções sociais foram adotadas como doações, atos de caridade, desenvolvimento de projetos sociais, artísticos e culturais. Ao longo do tempo chegou-se a percepção da RS como uma estratégia de negócio (CARPES, 2005; LEVEK, 2006).

A RSE é concebida atualmente como o comprometimento que uma empresa deve ter para com a sociedade, demonstrado isso através de atitudes que a influencie beneficentemente e de forma abrangente, atuando de forma pró-ativa e coerente conforme seu papel na sociedade e segundo a sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. (CARDOSO, 2005).

Sob esse prisma a empresa é co-responsável pelo bem estar da sociedade, ou seja, “as empresas consomem recursos da sociedade, renováveis ou não, mas que são patrimônio gratuito e coletivo da humanidade, logo, contraem uma dívida social”. (MELO NETO e FROES, 1999 apud REIS, 2007, p. 282).

Segundo Kreitlon (2004 apud CARDOSO, 2005, p. 86) uma empresa socialmente responsável deve demonstrar três características básicas:

- a) reconhecer o impacto que suas atividades causam sobre a sociedade na qual está inserida;
- b) gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto a nível local como global e;
- c) realizar esses propósitos através do diálogo permanente com suas partes interessadas, às vezes através de parcerias com outros grupos e organizações.

Mais especificamente em relação aos aspectos ambientais, a necessidade do desenvolvimento de uma consciência crítica sobre o assunto e do desenvolvimento de técnicas para solucionar problemas, fez com que surgissem diversas regulamentações governamentais, fazendo com que as organizações passassem a adotar estratégias de gestão ambiental. Além das normas legais, outras variáveis impulsionaram as empresas a adotarem sistemas de gestão ambiental, tendo como variáveis externas à própria legislação ambiental, o público consumidor, movimentos ambientalistas, acionistas e instituições financeiras e, como variáveis internas, a redução de energia, substituição de insumos, entre outros. (LEVEK, 2006).

Segundo Hojda (2006 apud KRAEMER 2007),

o desenvolvimento de normas voltadas ao Sistema de Gestão Ambiental teve aspectos importantes, ao demonstrar que o correto estabelecimento da Gestão Ambiental, além de

responder às exigências da comunidade mundial e do consumidor-cidadão, também oferece às organizações vantagens competitivas matematicamente mensuráveis: redução de custos, em função da economia de recursos naturais e diminuição da geração de resíduos; possibilidades de conquistar mercados restritos, como o da União Européia; economia de recursos pertinentes a indenizações por responsabilidade civil; mais facilidade para obtenção de financiamentos junto a organismos multilaterais de crédito, como o Banco Mundial (BID), Banco Interamericano de Desenvolvimento (BIRD) e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e atendimento às legislações inerentes ao meio ambiente.

Notavelmente, a adoção de práticas de responsabilidade socioambientais por parte das empresas, faz com que a “imagem institucional e a marca sejam valorizadas, há maior lealdade de todos os públicos e maior capacidade de recrutar e manter talentos, a empresa adquire maior estabilidade e conseqüentemente mais longevidade”. (BSD, 2007).

A opinião pública e a opinião do consumidor estão cada vez mais exercendo influência sobre o mercado, o que acaba por acarretar em uma mudança de comportamento por parte das empresas.

O surgimento dos “consumidores verdes” e dos “mercados verdes” ganharam força nas últimas duas décadas, fazendo com que as empresas repensassem no seu papel na esfera sócio-ambiental. A qualidade ambiental passou a ser tratada como elemento estratégico.

Empresas socialmente responsáveis são hoje percebidas como capazes de oferecer a consumidores e comunidades bens e serviços que agregam real valor sem causar danos para pessoas e meio ambiente. O consumidor também se sente um cidadão mais socialmente responsável ao adquirir produtos que incorporem os atributos sociais e ambientais. (GECKO, 2007).

Então o “consumidor verde”, na escolha do produto, além das variáveis qualidade e preço, desponta uma terceira: o meio ambiente. Isso demonstra que, “o simples ato da compra determina uma atitude predatória ou de preservação do ambiente, transferindo o ônus da responsabilidade ambiental à sociedade, não mais ao mercado ou ao Estado”. (CORTE, 2005, p. 59).

Entretanto, esse tipo de consumidor ainda pertence a uma pequena parcela da população mundial.

Segundo Paas (2004, p. 61) “apesar de a pobreza representar grandes problemas para o DS em termos sociais, a causa dos maiores problemas ambientais é a riqueza, especificamente, a produção e consumo irresponsável”.

O que impulsiona esse tipo de consumo é a indústria da publicidade e o desejo do ser humano por confortos e produtos. E é essa produção e esse consumo desenfreados que constituem uma problemática do DS, que pode ser combatido por ações individuais. (PAAS, 2004).

Verificou-se que com o surgimento de movimentos preocupados em diminuir os riscos (econômicos, ambientais e sociais) da globalização, as empresas além de investirem – mais conscientes das necessidades sociais – mostram-se preocupadas em divulgar o que fazem. Essa preocupação iniciou como uma forma de obter retorno sobre os investimentos realizados. Com esse intuito, as empresas iniciaram um processo de comunicação que culminou em (LEVEK, 2006):

- *Marketing Responsável*: o conjunto de atividades de comunicação de uma empresa com seus diversos públicos de interesse quando pautado sobre princípios éticos de transparência, honestidade e respeito. Estratégias de *marketing* responsável buscam integrar-se ao conceito de Responsabilidade Socioambiental Empresarial, evitando à manipulação de informações, a exposição de indivíduos, a indução a comportamentos danosos à saúde ou ao meio ambiente, bem como a maquiagem de produtos e serviços. Ao contrário, essas estratégias buscam agregar valor aos produtos, serviços e marcas da empresa a partir da transparência, da disponibilidade das informações e do relacionamento preventivo, honesto e verdadeiro com os diversos públicos com os quais interage.
- *Marketing Social*: Trata do uso das ferramentas tradicionais do *marketing*, porém, com a finalidade de estimular e promover causas sociais, especialmente as que estão associadas a mudanças de comportamento ou de atitude de segmentos específicos da população. Inovações sociais, alcançadas através deste processo, na grande maioria, são orientadas por preceitos éticos, fundamentados nos direitos humanos e na equidade social. Campanhas de planejamento familiar, prevenção de doenças, economia de energia, estímulo à leitura ou preservação ambiental são alguns exemplos. É importante ressaltar que este entendimento de *Marketing Social* não deve ser confundido com a divulgação

das ações sociais da empresa, utilizada como forma de estimular vendas ou agregar valor à imagem corporativa.

O objetivo de tal postura é proporcionar maior valor aos ativos intangíveis, visto que a divulgação de práticas responsáveis ocasiona uma melhora da imagem institucional, o que por sua vez pode gerar uma fonte de vantagem competitiva.

3 COMPETITIVIDADE, NORMAS E INDICADORES SOCIOAMBIENTAIS

Este capítulo tem por objetivo explicar de que forma a responsabilidade socioambiental se tornou um fator de competitividade entre as empresas, relatando desde os conceitos básicos ligados ao tema, ao surgimento da concepção de que meio ambiente e as preocupações sociais podem não ser considerados anti-competitividade. Com vistas a essa nova conjuntura, surgiram normas, certificados e indicadores, com o intuito de disseminar práticas de responsabilidade socioambiental e, sobretudo para demonstrar que investimentos sociais e ambientais podem ser vistos como fatores de diferenciação, de aumento de produtividade e de inserção em novos nichos de mercado, desta forma, proporcionando às organizações engajadas maior competitividade.

3.1 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL COMO UM FATOR DE COMPETITIVIDADE

As empresas buscam resultados financeiros, aumento de fatias de mercado e, principalmente, sobrevivência e manutenção de sua competitividade. A globalização da economia e o acirramento da competição mundial elevaram a escala de produção, com a conseqüente busca de redução de custos, entretanto, o chamado custo ambiental ou custo das externalidades não têm sido considerados como responsabilidade das empresas. Porém, por pressões sociais e restrições impostas pelos governos, as empresas têm sido forçadas a buscarem formas de reduzir seu impacto ambiental e social. Todavia, essas ferramentas geralmente atuam a nível tácito-operacional, sendo que o foco da preocupação estratégica dos gestores continua sendo as questões econômicas e tecnológicas que afetam a empresa. (CORAL, 2002).

Atualmente surgiu, mais fortemente, no cenário mundial a preocupação com questões ambientais e sociais. Dentro deste contexto, as organizações do terceiro milênio terão que estar preparadas para os desafios que o novo século começa a impor ao seu crescimento econômico, ou seja, o grande desafio das organizações será o de como buscar formas de serem competitivas e sustentáveis ao mesmo tempo. Esta constatação pode ser vista como uma restrição a sobrevivência da empresa ou pode se tornar um fator-chave de diferenciação, tendo em vista que os produtos e serviços ecologicamente corretos são bem vistos no mercado consumidor, que

consciente está até mesmo disposto a pagar mais por estes produtos. (CORAL, 2002; KARKOTLI, 2006).

Além da consciência ambiental, crescem também os investimentos em programas e projetos relacionados à questão de responsabilidade social. E a adoção dessas estratégias pode trazer retornos financeiros e operacionais, inclusive melhorar a imagem institucional. (CORAL, 2002).

Isto que dizer que a empresa, ao promover ações de RS, cria imagens positivas junto à sociedade, o que, em última instância, acaba por gerar resultados positivos para a própria organização. Para criar tais imagens junto à sociedade e alcançar bons resultados para a empresa, a mesma deve manter o comprometimento com o compromisso ético e o desenvolvimento econômico com vistas a beneficiar seus diversos *stakeholders*, e assim se comprometer com as gerações futuras. Isso exige o compromisso de toda a organização para com os novos valores e técnicas gerenciais, ou seja, requer que a RS seja incorporada à estratégia da empresa, refletida em desafios éticos nas dimensões: econômica, ambiental, social e até mesmo cultural, de forma a otimizar as oportunidades de negócio. (CARPES, 2006).

Entretanto, de um modo geral, os líderes empresariais ainda têm dificuldade de vislumbrar a preservação ambiental e o desenvolvimento social como oportunidade de negócio, devido, segundo Blumenfeld e Montrone (1997 apud Coral 2002), as seguintes causas:

- Receio de criar custos, pois muitos administradores vêem a questão ambiental meramente como um custo na realização do negócio;
- Problemas financeiros priorizando a produção;
- Relação habitual entre gerenciamento ambiental e produção, fazendo parecer que apenas a área de produção da empresa deve ser responsável pelo assunto.

Contudo, para a empresa ser sustentável no novo século, será fundamental perceber que a RS não é técnica, filosofia ou modismo, mas estratégia empreendedora que transforma uma organização, tornando-a competitiva, dinâmica, transparente, humana, ética e por meio desses requisitos a sua imagem institucional se solidifica, trazendo como consequência retorno financeiro, tanto em lucro, quanto no mercado de capitais, além ainda do lucro social,

contribuindo para a melhoria na qualidade de vida de todos os seus *stakeholders*. (KARKOTLI, 2006).

Então a tendência é que as organizações absorvam a responsabilidade pelo desenvolvimento sustentável das comunidades onde estão inseridas, mas para que isso ocorra será necessário planejar, desenvolver novas tecnologias e inovar seus processos. (CORAL, 2002).

3.1.1 A competitividade empresarial

De acordo com Coutinho e Ferraz (1995, p.18), “a competitividade deve ser entendida como a capacidade da empresa de formular e implementar estratégias concorrenciais, que lhe permitam conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado”. Está relacionada ao padrão de concorrência de cada mercado, compreendendo os seus fatores críticos de sucesso específicos.

Para Alves Filho (1999) estratégia competitiva é o conjunto de planos, políticas, programas e ações desenvolvidas por uma empresa ou unidade de negócios para ampliar ou manter, de modo sustentável, suas vantagens competitivas frente aos concorrentes.

[...] Sem competidores não haveria necessidade de estratégia, pois o único propósito do planejamento estratégico é tornar a empresa apta a ganhar, tão eficientemente quanto possível, uma vantagem sustentável sobre seus concorrentes [...] (OHMAE 1983 apud ALVES FILHO, 1999).

Já para Porter (1989, p. 1), “a estratégia competitiva visa estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a competição industrial”.

Segundo Clark e Guy (1998 apud CORAL, 2002) a “competitividade é geralmente entendida como habilidade de uma empresa em aumentar seu tamanho, fatia de mercado e lucratividade. Entretanto não basta manter uma posição de vantagem, é preciso mantê-la ao longo do tempo”.

Percebe-se que o cerne da estratégia empresarial, além do objetivo principal de aumentar os lucros da organização, é a manutenção do negócio, ou seja, é imprescindível planejar para obter a perenidade da organização.

Entretanto, segundo Coral (2002), a sustentabilidade empresarial deverá considerar o tripé do desenvolvimento sustentável, isto é, uma vez que a questão do crescimento econômico está

presente na competitividade, pode-se concluir que a perenidade de uma empresa dependerá de sua competitividade, da sua relação com o meio ambiente natural e da sua responsabilidade social.

O nível de competitividade alcançado pela empresa ou unidade de negócios depende de fatores sistêmicos, estruturais ou empresariais, relacionados, respectivamente, às condições macroeconômicas, político-institucionais, regulatórias, infra-estruturais e sociais do país onde a empresa está instalada, às características do mercado, da concorrência e da configuração da indústria ou setor econômico em que a empresa atua e à capacidade gerencial e operacional da própria empresa. (ALVES FILHO, 1999).

Quanto aos fatores estruturais relacionados à competitividade das empresas, Porter indica que cinco forças determinam a dinâmica da competição em uma indústria (PORTER, 1986), podendo ser visualizado na figura 3, posteriormente:

- *Rivalidade entre os concorrentes*: Este modelo auxilia na determinação do valor criado por uma indústria em função da concorrência direta. A rivalidade ocorre porque um ou mais concorrentes sentem-se pressionados ou percebem a oportunidade de melhorar sua posição, existindo então uma acirrada disputa por posição dentro da indústria, onde as empresas tornam-se mutuamente dependentes. Essa rivalidade é consequência da interação de vários fatores estruturais, entre eles: concorrentes numerosos ou bem equilibrados; custos fixos ou de armazenamento altos; barreiras de saída elevadas.

- *Barreiras à entrada de concorrentes*: Novas empresas que entram para uma indústria trazem nova capacidade, o desejo de ganhar uma parcela do mercado e frequentemente recursos substanciais. A ameaça de entrada em uma indústria depende das barreiras de entrada existentes, em conjunto com a reação que o novo concorrente pode esperar da parte dos concorrentes já existentes. Existem seis fontes de barreiras à entrada: economias de escala, diferenciação do produto, capital necessário, desvantagem de custo (independente do tamanho), acesso aos canais de distribuição, política governamental.

- *Produtos Substitutos*: A existência de substitutos que desempenham as mesmas funções que os produtos ou serviços analisados é uma condição básica que limita o montante de valor que uma

indústria pode criar. Os substitutos reduzem os retornos potenciais de uma indústria, colocando um teto nos preços que as empresas podem fixar com lucro. Os substitutos não apenas limitam os lucros em tempos normais, como também reduzem as fontes de riqueza que uma indústria pode obter em tempos de prosperidade. A identificação de produtos substitutos é conquistada por meio de pesquisas de outros produtos que possam desempenhar a mesma função que aquele da indústria. Os produtos substitutos que exigem mais atenção são os que estão sujeitos a tendências de melhoramento do seu *trade-off* de preço-desempenho com o produto da indústria e os que são produzidos com lucros altos.

- *Poder dos compradores*: Trata-se da força demonstrada pelos compradores ao negociar a compra de produtos ou serviço. Os compradores competem com a indústria forçando os preços para baixo, barganhando por melhor qualidade ou mais serviços e jogando os concorrentes uns contra os outros - tudo à custa da rentabilidade da indústria.

- *Poder dos fornecedores*: Trata-se da força demonstrada pelos fornecedores ao negociar com compradores, ameaçando elevar preços ou reduzir a qualidade de seus serviços. Os fornecedores podem exercer poder de negociação sobre os participantes de uma indústria ameaçando elevar preços ou reduzir a qualidade dos bens e serviços fornecidos.

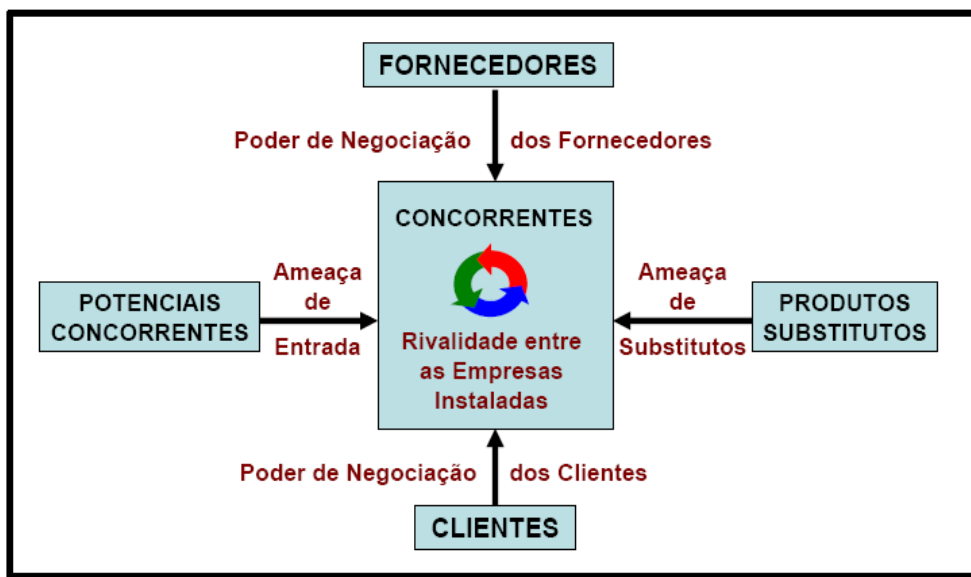


FIGURA 3: As cinco forças competitivas de Porter
 FONTE: ISP - Fundamentos de Gestão Rui Baptista, 2007, p. 6.

A maneira pela qual as empresas se enquadram dentro destas cinco forças irá determinar a habilidade da empresa obter, em média, taxas de retorno superiores. Estas forças determinam a rentabilidade da indústria porque influenciam os preços, os custos e o investimento necessário das empresas. (COMGESTÃO, 2007).

A análise das relações entre estrutura de mercado e concorrência permite (ISP - FUNDAMENTOS DE GESTÃO RUI BAPTISTA, 2007, p. 5):

- Determinar qual o potencial de rentabilidade e, conseqüentemente, a atratividade do mercado;
- Verificar quais são os fatores determinantes de vantagens competitivas, isto é, quais os recursos e atividades da empresa que permitirão ganhar poder de mercado;
- Prever a evolução futura da rentabilidade do mercado a partir da observação de mudanças na sua estrutura;
- Identificar oportunidades para alterar a estrutura de mercados para aumentar o seu potencial de rentabilidade (através da adoção de novas tecnologias ou *layouts* produtivos, desenvolvimento de novos produtos, esforços de diferenciação dos produtos existentes, etc.).

Contudo, existe uma diferença entre ser competitivo – ter os meios necessários para competir – e ter vantagem competitiva⁸ – estar na frente dos concorrentes, ser líder e, atrelado a isso, as empresas passaram a atuar em um mercado globalizado, então essas características demonstram que no novo ambiente competitivo do século XXI outros fatores também serão determinantes da competitividade das empresas, como por exemplo: eficiência, qualidade, flexibilidade, rapidez, sinergia, P&D, etc. (CORAL, 2002).

3.1.2 Estratégia

⁸ Vantagem Competitiva: é uma ou um conjunto de características que permite a uma empresa ser diferente por entregar mais valor sob o ponto de vista dos clientes, diferenciando-se da concorrência e, por isso, obtendo vantagens no mercado. Há duas maneiras de se ter uma vantagem competitiva: ser único (a melhor) ou ser diferente (a mais comum). (MERKATUS, 2007).

A estratégia representa os vários conjuntos de regras de decisões para orientar o comportamento de uma organização, isto é, compreende a determinação de metas básicas de longo prazo, dos objetivos de uma empresa, a adoção das linhas de ação e necessidade de recursos para alcançar essas metas. A estratégia é a forma de operacionalizar os objetivos estabelecidos, por isso, a formulação e a escolha de estratégias são fundamentais para a competitividade de uma organização. (CORAL, 2002).

As empresas em geral podem adotar três tipos de estratégia competitiva (PORTER, 1989; FONTANINI et al., 2005):

- Estratégia de liderança em custos: visa obter vantagens competitivas pela oferta de produtos e serviços a custos mais baixos do que os concorrentes. A empresa possui um escopo amplo e atende a muitos segmentos. As fontes de vantagem podem incluir: a busca de economias de escala, tecnologia patentada, acesso preferencial a matérias-primas e outros fatores;
- Estratégia de diferenciação: busca alcançar vantagens pela introdução de um ou mais elementos de diferenciação nos produtos e serviços, que justifiquem preços mais elevados. Neste tipo de estratégia a empresa procura ser a única em sua indústria e os meios de diferenciação podem ser baseados no próprio produto, no sistema de entrega, no *marketing* adotado, entre outros fatores;
- Estratégia de foco: objetiva obter vantagens competitivas ou pela oferta de produtos e serviços com custos menores, ou pela diferenciação dos mesmos, mas em um segmento de mercado mais localizado ou restrito.

A estratégia competitiva de uma empresa, com as novas tendências, será desdobrada, em geral, em estratégias funcionais como as estratégias de *marketing*, de produção, financeira e tecnológica, buscando compor um todo coeso e harmônico de planos e ações que propiciem a aquisição de vantagens competitivas pela melhoria dos processos de negócios ou de elementos na cadeia de valor da empresa. (ALVES FILHO, 2007).

De acordo com Coral (2002), o processo de elaboração e implementação de estratégias, objetivos e metas em uma organização, compreende o levantamento de informações, análise e planejamento, implicando em uma seqüência de atividades ou eventos que visam auxiliar os gestores a tomar decisões para alinhar a empresa com seu ambiente, ou seja, é necessário fazer um planejamento estratégico.

O planejamento estratégico propicia que a empresa identifique em que direção predominante pretende mover-se, orientando as competências para as oportunidades que surgem no mercado, de criar valor para seus clientes atuais e potenciais. (ALVES FILHO, 2007).

3.1.3 Fatores que podem determinar a Vantagem Competitiva

Junto às exigências e atribuições de responsabilidade que a sociedade estabelece para as empresas, através de suas leis, são oferecidas oportunidades, isto é, onde parece haver apenas exigências e despesas, pode-se ter investimentos rentáveis. (KRAEMER, 2007).

Atualmente devido a toda transformação e conscientização social, a responsabilidade empresarial, ou seja, a atitude politicamente correta da empresa tornou-se uma ferramenta indispensável para se obter vantagem competitiva.

Neste sentido, os fatores que podem determinar a vantagem competitiva das empresas são (KRAEMER, 2007):

- Atendimento dos interesses dos *stakeholders*: o que antes acreditava-se ser o único compromisso da empresa - gerar lucros aos acionistas - hoje percebe-se que é fundamental o compromisso empresarial com todas as partes interessadas (governo, comunidade, funcionários, fornecedores, clientes, meio ambiente, acionistas, etc.);
- Diferenciação de produtos: é fundamental as empresas investirem cada vez mais em P&D, visto que a inovação serve como estratégia competitiva tanto em liderança de custos como em diferenciação de produtos;
- Garantia de mercado: para obter uma melhor garantia de mercado as empresas estão tendo cada vez mais que investir na sua imagem institucional e também estão tendo que se

adequar às novas normas internacionais (ambientais, por exemplo) para serem competitivas a nível mundial;

- Otimização dos custos: as empresas estão buscando reduzir os custos produtivos para conquistarem maior vantagem competitiva, como por exemplo, eliminando o desperdício.

3.1.4 Verdes, Sociais e Competitivos

Porter (1999, p. 15) sugere que “o confronto entre meio ambiente e competitividade é uma falsa dicotomia”. Se por um lado, existe quase que um consenso sobre a necessidade da preservação do meio ambiente, afinal todos defendem um planeta habitável (benefícios sociais), por outro, a crença de que as leis ambientais corroem a competitividade da empresas, perdendo assim espaço no mercado internacional, constituiu-se em uma grande resistência em relação a tais leis (custos privados). (GRASEL, 1999; PORTER, 1999).

Mas segundo o mesmo autor,

Essa visão estática da regulamentação ambiental, na qual tudo é constante, exceto a regulamentação, é incorreta. Se a tecnologia, os produtos, os processos e as necessidades dos clientes fossem fixas, a conclusão de que a regulamentação eleva os custos seria inevitável. Mas as empresas operam no mundo real da competição dinâmica, não no mundo estático da teoria econômica. Continuamente descobrem soluções inovadoras para pressões de todos os tipos – impostas pelos concorrentes, pelos clientes, pelos reguladores. (PORTER, 1999, p. 371-372)

Ainda de acordo com Porter (1999, p. 19) “[...] as pressões pelo lucro artificial de curto prazo talvez induzam as empresas a exercerem opções que comprometem os próprios interesses de longo prazo, assim como os da sociedade”.

Os investimentos ambientais e sociais empresariais, em geral, são vistos como custos adicionais, fazendo com que a empresa perca competitividade, entretanto, este paradigma vem sendo transformado, esses investimentos passaram a ser vistos como passíveis de diferenciação e aumento de produtividade, tornando-se, então, ingredientes para majorar a competitividade empresarial.

Com isso observa-se que as normas ambientais elaboradas de forma adequadas são capazes de desencadear inovações que reduzam os custos totais (tanto de produção, quanto na

eliminação de desperdícios) de um produto ou que agregam valor ao mesmo. Além de se adequar as normas, as empresas podem investir em produtos ecologicamente corretos, adentrando para um novo nicho de mercado crescente em todo o mundo. (KRAEMER, 2007; PORTER, 1999).

Observa-se então, que a responsabilidade socioambiental é uma nova estratégia para aumentar o lucro e potencializar o desenvolvimento das empresas. E esta tendência decorre da maior conscientização do consumidor e das novas exigências legais. (KARKOTLI, 2006).

Esta inter-relação entre responsabilidade empresarial e estratégia empreendedora pode ser melhor visualizada no quadro 2:

VARIÁVEIS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL	RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO ESTRATÉGIA EMPREENDEDORA	VARIÁVEIS DA ESTRATÉGIA EMPREENDEDORA
Valorização dos funcionários e comunidade	Desenvolvimento sustentável	Crescimento contínuo de longo prazo
Política ética da empresa	Ocupar nicho ecológico	Busca de oportunidade de mercado
Comportamento responsável	Modificar as características econômicas de um produto ou mercado	Saltos ousados com execução cautelosa
Compromisso com impactos ambientais	Consumo consciente	Autoridade centralizada no empreendedor
Preocupação com a exclusão social	Ecoeficiência	Profundo conhecimento do mercado
Novas tecnologias sustentáveis	Política empresarial	A capacidade do líder com uma visão empreendedora e linguagem simbólica, com sentimento traduzido para contaminar toda a organização
Responsabilidade social no cotidiano da organização	...	A capacidade da organização realizar mudanças

QUADRO 2: Inter-relação entre responsabilidade social e estratégia empreendedora

FONTE: Karkotli, 2006, p. 116.

O quadro acima demonstra que a interface entre a responsabilidade social e estratégia empreendedora transforma uma organização, tornando-a competitiva, dinâmica, transparente, humana e ética, isto é, levando em consideração os aspectos sociais e também ambientais na formulação da estratégia empresarial, as organizações passam a auferir retornos financeiros, além de se tornarem mais responsáveis.

Os benefícios auferidos pelas organizações consideradas responsáveis são, segundo Melo Neto e Froes (1999 apud LEVEK et. al, 2002):

[...] o fortalecimento da marca e imagem institucional; a diferenciação perante os concorrentes; a geração de mídia espontânea; a conquista e fidelização de clientes; a segurança patrimonial e dos funcionários; a atração e retenção de talentos profissionais; controle e redução de custos; a menor ocorrência de controles e auditorias de órgãos externos; a atração de investidores; acesso ao mercado externo e ao crédito; e deduções fiscais.

Isto torna a empresa sustentável ao longo prazo, ou seja, capaz de competir e sobreviver às novas exigências mundiais exercidas por todos os *stakeholders*. Muito mais do que sob a ótica dos custos, é sob a ótica dos investimentos e das ações estratégicas que as empresas devem pensar e avaliar suas iniciativas no que se refere à atuação em responsabilidade socioambiental, pois elas tornam-se co-responsáveis⁹ pelo todo. (CNI, 2006).

Segundo Young (2005, p.60) “a RSE implica que a melhora da performance da empresa dependa não apenas dos serviços prestados, dos produtos vendidos e do lucro auferido, mas também do impacto sobre o bem-estar humano”.

3.2 NORMAS E CERTIFICADOS

O fortalecimento da consciência das empresas em relação à incorporação de conceitos e práticas de Responsabilidade Socioambiental nos processos de gestão empresarial convergem para uma manifestação de apoio à implementação de instrumentos que demonstram as ações socioambientais realizadas por essas organizações. Isto quer dizer que com a incorporação da preocupação socioambiental às demais preocupações (*marketing*, produção, etc) dos negócios, faz-se necessário mecanismos que consigam indicar a contribuição das práticas de RSA para os objetivos empresariais, possibilitando à mesma priorizar aquelas que mais convêm aos seus interesses e que também atendam aos anseios da comunidade. (CARPES, 2005; LEVEK, 2006).

As normas e os certificados são alguns dos mecanismos de avaliação da responsabilidade socioambiental. Enquanto a primeira foi criada com o intuito de gerar padrões, regras, diretrizes, para uso comum e repetitivo, visando à obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto, a segunda consiste na conquista em um certificado de aprovação para um sistema de gestão, baseado nessas normas, que a empresa como um todo deve seguir, de modo a otimizar seus recursos e potencializar toda a sua cadeia. (DPSS, 2008; LEVEK, 2006).

⁹ Co-responsável: buscam a sustentabilidade mediante ações que ultrapassam a esfera de influência direta de seus negócios (CNI, 2006); Co-responsável: obrigação que tem uma organização de responder por ações próprias ou de quem ela esteja ligada (KARKOTLI, 2006).

Essas ferramentas de avaliação são importantes, pois vêm atender a uma demanda crescente por transparência e prestação de contas, fundamentais para qualquer processo de gestão responsável.

a) Norma social

- SA 8000: Em todo o mundo, a norma certificável é reconhecida como um sistema confiável de implantação e manutenção de condições dignas de trabalho. A SA (*Social Accountability*) 8000 foi criada pela *Social Accountability International* (SAI), ONG fundada em 1997, com sede nos Estados Unidos e seus requisitos têm como base a Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Convenção sobre os Direitos da Criança, ambas da ONU, além das convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT). A sua aplicação independe da localização geográfica, do setor da economia ou do porte da empresa. (CRESCER, 2007). Inclui a definição de políticas, monitoramento de atividades e resultados, verificação de conformidade, comunicação de procedimentos e desenvolvimento de sistemas de gerenciamento. A SA 8000 determina que a empresa tenha uma relação de ética e transparência com seus *stakeholders*, entretanto, não inclui o engajamento com os mesmos como parte essencial do processo de responsabilidade social e prestação de conta. (BSD, 2007).

b) Norma ambiental

- ISO 14000: é uma norma que pode ser certificada e é destinada às empresas que adotam modelos de gestão ambiental. Essa norma foi criada em 1993 e é a mais utilizada estrategicamente pelas empresas. Seu objetivo geral é fornecer assistência e diretrizes para as organizações implementarem ou aprimorarem seu Sistema de Gestão Ambiental – SGA. (LEVEK, 2006).

Assim sendo, essa norma fomenta a prevenção de processos de contaminações ambientais, uma vez que orienta a organização quanto a sua estrutura, forma de operação e de levantamento, armazenamento, recuperação e disponibilização de dados e resultados (sempre atentando para as necessidades futuras e imediatas de mercado e, conseqüentemente, a satisfação

do cliente), entre outras orientações, inserindo a organização no contexto ambiental. (CNPMA, 2007).

A divulgação e associação do certificado à determinada empresa tende a ganhar importância como argumento de *marketing*, caso sua obtenção represente um diferencial em relação a seus concorrentes. Mesmo que este diferencial seja passageiro ou, em outras palavras, após a certificação de uma organização seus concorrentes diretos sigam seu exemplo, aquela que foi a pioneira poderá ser sempre lembrada como tal. Além disto, iniciando o processo de implementação de um SGA antes de seus concorrentes, automaticamente esta empresa estará introduzindo primeiro o conceito de melhoria contínua ao seu negócio, aumentando assim as chances de que surjam novas e reais oportunidades de "*marketing verde*". (CORTE, 2005, p. 68).

c) Normas de Sustentabilidade (inclui aspectos sociais, ambientais e econômicos)

- AA 1000: Lançada em 1999, a AA 1000 (*Accountability 1000*) é uma norma, porém não certificável, que define princípios e processos para prestação de contas visando assegurar a qualidade da contabilidade, auditoria e relato de informações de caráter, social, ambiental e financeiro.

A vantagem em possuir esta certificação [*sic*] é a própria criação e estabelecimento de um sistema de gestão para possibilitar a contabilidade e auditoria, o que traz uma imagem positiva e percebida pela sociedade, além de praticar realmente a Responsabilidade Social, visão da organização, melhor base para a tomada de decisões, *feedback* entre fornecedores e principalmente a caminhada para a sustentabilidade. (LEVEK, 2006, p. 52).

- ISO 26000: Em junho de 2004, a ISO realizou em Estocolmo uma Conferência Internacional que culminou na decisão de criar uma terceira geração de normas — a de responsabilidade social.

Foi formado um Grupo de Trabalho coordenado pelo Brasil, representado pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), em conjunto com a Suécia, representada pelo *Swedish Standard Institute* (SIS), que será responsável pela condução dos trabalhos nessa área. Esse grupo terá três anos para finalizar a norma, que deverá estar disponível no final de 2008 ou início de 2009. (CRESCER, 2007).

A ISO 26000, ao contrário da ISO 9001 e ISO 14001, não será certificável e não irá propor requisitos que devam ser cumpridos pelas organizações. A ISO 26000 será um grande guia de diretrizes em responsabilidade social e seu uso será voluntário. A futura ISO 26000 deverá ser aplicável a todos os tipos de organização, independentemente de seu porte,

localização, da natureza de suas atividades e produtos, e da cultura, sociedade e ambiente em que opera suas atividades. Também não terá caráter de sistema de gestão - metodologia conhecida como PDCA (*Plan-Do-Check-Act* ou planejar, fazer, verificar e atuar) - e deverá enfatizar resultados e melhoria de desempenho. (INSTITUTO ETHOS, 2007).

- NBR 16001: A Norma Brasileira de Requisitos em Sistema de Gestão de Responsabilidade Social foi elaborado pela ABNT e publicada no ano de 2004. Tem por objetivo prover às organizações os requisitos mínimos de um sistema de gestão de responsabilidade social, que possa ser integrado aos demais instrumentos de gestão, auxiliando-as a alcançar seus objetivos relacionados à promoção da cidadania, à promoção do desenvolvimento sustentável e à transparência das suas atividades, isto é, leva em consideração do tripé econômico, ambiental e social. Uma organização obtém certificação ao apresentar conformidade com todos os requisitos e critérios, além de possuir ações corretivas e preventivas. (CRESCER, 2007).

3.3 INDICADORES

Para avaliar o chamado “desempenho socioambiental” das empresas as metodologias existentes mais utilizadas são a análise da empresa segundo um conjunto de indicadores e demonstrativos de investimento social, como o balanço social.

Esses indicadores são mecanismos que conseguem apontar a contribuição de práticas de RSE para os objetivos empresariais, possibilitando à mesma priorizar aquelas que mais convém com seus interesses e, respectivamente, atendem aos anseios da sociedade com a qual interage. (CARPES, 2005).

a) Balanço Social

É um relatório inspirado no formato dos balanços financeiros, divulgado anualmente e com o objetivo de comprovar a atuação empresarial no campo social. Expõe detalhadamente os números relacionados à responsabilidade social da organização, além de reunir, em forma de planilha, informações sobre folha de pagamento, gastos com encargos sociais de funcionários e participação nos lucros. Também traz, de maneira detalhada, as despesas com controle ambiental

e os investimentos sociais externos em áreas como educação, cultura e saúde. (CRESCER, 2007; LEVEK, 2006).

A empresa Singer, na França, em 1972, fez o primeiro balanço social da história das empresas. No Brasil, a pioneira foi a Nitrofértil, da Bahia, em 1984. Na metade dos anos 90 foram criadas instituições específicas para discutir, a nível nacional, esse tema, sendo elas: A Fundação Abrinq em 1996, o Instituto Ethos em 1998 e o Fórum Permanente de Discussão do Balanço Social em 1999. (CRESCER, 2007; LEVEK, 2006).

O primeiro modelo nacional de balanço social foi o do Ibase¹⁰ (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), tendo como objetivo: um conjunto de informações sobre os projetos e ações sociais da empresa dirigidas a seus empregados, investidores, analistas de mercados, acionistas e público externo, ou seja, demonstrar, com transparência, o que a empresa está fazendo para preservar o meio ambiente e melhorar a qualidade de vida de todas as pessoas e comunidades com as quais se relaciona. No ano de 2001, o Instituto Ethos lançou o seu modelo, abrangendo as estatísticas do Ibase e alguns itens da GRI (*Global Reporting Initiative*), além de acrescentar informações a respeito de governança corporativa e da relação da companhia com o meio ambiente e com a comunidade. (CRESCER, 2007).

Todavia, no Brasil a maneira mais utilizada de as empresas divulgarem suas ações de responsabilidade socioambientais são os selos sociais. O mais conhecido é o Selo Balanço Social Ibase/Betinho¹¹, estes são fornecidos para as empresas que publicam seu balanço social no modelo proposto pelo Ibase. Através deste selo a empresa estará divulgando que ela possui investimentos na área social, ou seja, que é uma empresa-cidadã. (IBASE, 2007).

As empresas passaram a publicar seus balanços sociais principalmente para tornar público o que elas têm feito na área social e também ambiental, isso porque perante seus clientes é um importante fator de decisão de compra e porque perante seus concorrentes, acionistas,

¹⁰ Criado em 1981 é uma instituição de utilidade pública federal, sem fins lucrativos, sem vinculação religiosa e a partido político. Sua missão é a construção da democracia, combatendo desigualdades e estimulando a participação cidadã. Entre os temas e campos de atuação que o Ibase julga prioritários estão o Fórum Social Mundial, Alternativas democráticas à globalização, Monitoramento de políticas públicas, Democratização da cidade, Segurança alimentar, Economia solidária e Responsabilidade social e ética nas organizações. (IBASE, 2007).

¹¹ A proposta do balanço social, no entanto, só ganhou visibilidade nacional quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou, em junho de 1997, uma campanha pela divulgação voluntária do balanço social. Com o apoio e a participação de lideranças empresariais, a campanha decolou e vem suscitando uma série de debates através da mídia, seminários e fóruns. Hoje é possível contabilizar o sucesso desta iniciativa e afirmar que o processo de construção de uma nova mentalidade e de novas práticas no meio empresarial está em pleno curso. (IBASE, 2007)

investidores e empregados, é um diferencial. Desta maneira, a divulgação desses balanços torna-se um *marketing* para a empresa. (LEVEK, 2006).

b) *Global Reporting Initiative* (GRI)

O *Global Reporting Initiative* (GRI) foi constituído em 1997, na Europa, por uma iniciativa conjunta da ONG norte-americana *Coalition for Environmentally Responsible Economics* (CERES) e do PNUMA - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (ou UNEP - *United Nations Environmental Programme*). É um certificado internacional voluntário e pode ser obtido independentemente do porte ou tipo da empresa. Foi criado com uma visão de longo prazo, *multi-stakeholders*, cuja missão é elaborar e difundir as diretrizes para elaboração de relatórios de sustentabilidade aplicáveis globalmente pelas organizações que desejam dar informações sobre os aspectos econômicos, ambientais e sociais de suas atividades, produtos e serviços. O GRI busca elevar o nível dos relatórios sobre o desenvolvimento sustentável realizados por empresas do mesmo patamar de credibilidade, comparabilidade e consistência dos seus relatórios financeiros. (CARPES, 2005; CRESCER, 2007; LEVEK, 2006; RELATÓRIO MMA/BB, 2007).

A primeira versão das Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade data de 2000 com a proposta de desenvolver e disseminar globalmente diretrizes e incorporar numerosos indicadores de sustentabilidade para a elaboração de relatórios de sustentabilidade. Em outubro de 2006 foi lançada a terceira versão – a G3 – dessas diretrizes, desta vez com 79 indicadores, sendo 49 essenciais e 30 adicionais.

De acordo com Ferreira Jr (2007, p. 73), “além de permitir a comparação da empresa ou organização que as adota, atua como um “espelho”, com reflexos internos e externos, de sua história, práticas atuais e expectativas futuras”.

Os 11 princípios da GRI, listados abaixo, estipulam condutas na sua elaboração que observem critérios de transparência, prestação de contas, exatidão nas informações, bem como sua organização, segundo as dimensões econômica, ambiental e social, que visam a sustentabilidade. (BSD, 2007; FERREIRA JR, 2007).

- Transparência: relato realista das metas alcançadas ou não e das dificuldades encontradas pela empresa;

- Inclusão: descrição da visão e das expectativas de todos os *stakeholders* da empresa;
- Verificabilidade das informações e dos dados apresentados;
- Relevância das informações e dos indicadores relatados;
- Abrangência das atividades e impactos provocados pela empresa;
- Contexto de Sustentabilidade: relação das dimensões econômica, social e ambiental relacionadas com os resultados do negócio;
- Exatidão das informações e dados apresentados pela empresa;
- Neutralidade e equilíbrio entre as informações econômicas, sociais e ambientais apresentadas;
- Comparabilidade dos indicadores de desempenho com empresas do setor ou de outros setores;
- Clareza e facilidade de compreensão das informações e dos dados apresentados;
- Regularidade na publicação dos Relatórios.

A figura 4 ilustra como os indicadores de performance do GRI fazem a medição do impacto ou do esforço das organizações nos aspectos econômicos, ambientais e sociais.



FIGURA 4: Medição do impacto ou do esforço das organizações nos aspectos de DS.
 FONTE: FERREIRA JR, 2007, p. 44.

c) Indicadores Ethos de Responsabilidade Social

Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social foram criados em 1998 pelo Instituto Ethos, com o objetivo de fortalecer a cultura da responsabilidade social no Brasil. O instituto é uma organização não-governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa. (INSTITUTO ETHOS, 2007; LEVEK, 2006).

Foram criados 138 indicadores Ethos e estes são atualizados anualmente, tendo desempenhado um importante papel ao colocar de maneira clara os aspectos que fazem parte de uma gestão socialmente responsável. Os Indicadores permitem que as empresas façam uma auto-avaliação de seu desempenho em sete temas (INSTITUTO ETHOS, 2007):

- Valores, Transparência e Governança;
- Público Interno;
- Meio Ambiente;
- Fornecedores;
- Consumidores e Clientes;
- Comunidade;
- Governo e Sociedade.

Com esses indicadores, a empresa pode fazer uma avaliação interna sobre alguns aspectos fundamentais de uma gestão socialmente responsável: estabelecimento de compromissos públicos, envolvimento com instituições que representam interesses variados, capacidade de atrair e manter talentos, alto grau de motivação e comprometimento dos colaboradores, capacidade de lidar com situações de conflito, estabelecimento de metas de curto e longo prazo, envolvimento da direção da empresa, entre outros. Após a avaliação do questionário respondido pela empresa, esta é convidada a divulgar seus resultados e participar de um *ranking* juntamente com as demais empresas participantes. Dependendo do resultado a empresa pode ser premiada pelo seu desempenho, recebendo o Selo de Empresa Cidadã. (CRESCER, 2007; LEVEK, 2006).

Também foram criados os Indicadores Ethos aplicados aos Princípios do Pacto Global¹² para serem usados como um instrumento de autodiagnóstico em relação aos dez princípios do mesmo. Esta ferramenta deve ser utilizada como complemento aos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Juntos, eles propiciam condições para um diagnóstico capaz de gerar ações relevantes para pessoas, empresas e sociedade. (CRESCER, 2007).

d) Indicadores Socioambientais - Índices de Sustentabilidade

Atualmente as questões sócio-ambientais deixaram de ser apenas uma cobrança da sociedade, do governo e do mercado externo. A relação entre mercado financeiro e as práticas de responsabilidade social e ambiental das organizações é um ponto fundamental na estratégia competitiva. A adesão das empresas ao desenvolvimento sustentável, que equivale a um compromisso permanente com a integridade do meio ambiente e aos princípios da responsabilidade social, fez com que o mercado financeiro, por meio das instituições financeiras, implementassem mudanças institucionais, como indicadores, *ratings* e fundos de investimentos socialmente responsáveis. (REZENDE, 2006).

O investimento social responsável pode ser definido como um processo de escolha de investimento em que se consideram as conseqüências ambientais e sociais, tanto positivas quanto negativas, através de uma rigorosa e detalhada análise financeira, isto é, através da análise fundamentalista há a preocupação em conhecer mais a empresa, seus produtos no mercado, sua gestão, sua performance ambiental e social, seu planejamento estratégico, sua situação econômico-financeira, entre outros, e não apenas uma análise matemática e estatística de preços (análise técnica/gráfica). (TOSINI, 2007).

¹² Em 1999 foi criado o Pacto Global (*Global Compact*), com o objetivo de ajudar as organizações a redefinirem suas estratégias e ações, a fim de que todas as pessoas possam compartilhar dos benefícios da globalização. Esse pacto advoga dez Princípios universais (1. Respeitar e proteger os direitos humanos; 2. Impedir violações de direitos humanos; 3. Apoiar a liberdade de associação no trabalho; 4. Abolir o trabalho forçado; 5. Abolir o trabalho infantil; 6. Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho; 7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; 8. Promover a responsabilidade ambiental; 9. Encorajar tecnologias que não agredem o meio ambiente; 10. Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina), derivados da Declaração Universal de Direitos Humanos, da Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas Contra a Corrupção. (Pacto Global, 2007).

Atentando para essas novas tendências, surgiu a necessidade de se criar índices que pudessem ser utilizados como referencial para os investidores com preocupação em responsabilidade socioambiental. No ano de 1999 foi lançado, nos Estados Unidos, o Índice *Dow Jones* de Sustentabilidade (DJSI), sendo o primeiro indicador da performance financeira das empresas líderes em sustentabilidade a nível global. Para participar do índice é necessário a empresa responder a um questionário criterioso – elaborado pela *Dow Jones* e pela *Sustainable Asset Management*, entidade suíça da pesquisa – e possuir alta rentabilidade no mercado financeiro.

Também na década de 90 foram criados *ratings* socioambientais pelas instituições financeiras com o objetivo de avaliar empréstimos e financiamentos. Também surgiram os Fundos de Investimentos Socialmente Responsáveis ou Fundos Éticos, criados com o intuito de atender investidores que consideram o risco socioambiental relevante e nos quais os critérios sociais, ambientais e de governança corporativa são aplicados no processo de seleção dos melhores papéis. (LEVEK, 2006; REZENDE, 2006).

A crescente demanda por esses produtos fez com que as instituições financeiras passassem a atentar para as questões ambientais, sociais e de governança corporativa¹³ nas decisões de investimentos. No Brasil, os primeiros produtos nessa linha foram lançados no ano de 2001 pelo Banco Real ABN-AMRO, com os fundos de investimento socialmente responsáveis ABN Ethical FIA e o ABN Amro Ethical II FIA. Posteriormente, em 2004, o Banco Itaú lançou o “Itaú Excelência Social”, um fundo de investimento em renda variável cujos recursos são aplicados em ações de empresas com práticas de responsabilidade social diferenciadas, que englobam práticas de governança corporativa, sociais e de gestão ambiental. E seguindo esta tendência, o Banco do Brasil lançou, em 2005, o fundo “BB Ações Índice de Sustentabilidade Empresarial”. (TOSINI, 2007).

Em julho de 2001, a Bolsa de Londres lançou o índice FTSE4GOOD (elaborado pelo *Financial Times Stock Exchange*) para identificar e monitorar as empresas com práticas socialmente responsáveis. Entre as atitudes observadas, estão a preservação dos recursos naturais,

¹³ Governança corporativa é o sistema pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas, envolvendo os relacionamentos entre Acionistas/Cotistas, Conselho de Administração, Diretoria, Auditoria Independente e Conselho Fiscal. As boas práticas de governança corporativa têm a finalidade de aumentar o valor da sociedade, facilitar seu acesso ao capital e contribuir para a sua perenidade. A empresa que opta pelas boas práticas de governança corporativa adota como linhas mestras transparência, prestação de contas (*accountability*) e equidade (IBGC, 2008).

o efetivo diálogo com os *stakeholders* e o respeito pelos direitos humanos. Entre suas particularidades está a exclusão de ações de empresas envolvidas com a produção de cigarros, armas e a geração de energia nuclear. (CRESCER, 2007).

Nos países emergentes, a Bolsa de Valores de Johannesburgo (África do Sul), foi a primeira a aderir à idéia, criando um índice chamado SRI, criado em 2003, que não exclui empresas de nenhum setor, porém reprime setores que os produtos apresentam riscos ao ambiente ou às comunidades. (CRESCER, 2007).

Em dezembro de 2005, a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), lançou o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), formulado com base no conceito internacional do *triple bottom line*, onde as empresas foram selecionadas de acordo com aspectos econômico-financeiros, sociais, ambientais e de governança corporativa de forma integrada. (BOVESPA, 2007; CRESCER, 2007).

Esses acontecimentos demonstram que os riscos sociais e ambientais passaram a incorporar-se no mercado de crédito e de capitais.

3.4. QUADRO INFORMATIVO DAS PRINCIPAIS FERRAMENTAS DE AVALIAÇÃO

A seguir, com base no que foi apresentado nos itens 3.2 e 3.3, é apresentado um quadro-resumo dos principais mecanismos de avaliação das ações de responsabilidade socioambiental empresarial, com o intuito de demonstrar, de forma mais clara, a área de atuação de cada norma ou indicador, bem como suas principais atribuições.

AS PRINCIPAIS FERRAMENTAS DE AVALIAÇÃO			
FERRAMENTAS	CLASSIFICAÇÃO	ÁREA DE ATUAÇÃO	PRINCIPAIS ATRIBUTOS
SA 8000	NORMA CERTIFICÁVEL	SOCIAL	É UM PADRÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E PRESTAÇÃO DE CONTAS, COM FOCO EM CONDIÇÕES DE TRABALHO.
ISO 14000	NORMA CERTIFICÁVEL	AMBIENTAL	NORMA DESTINADA ÀS EMPRESAS QUE ADOTAM MODELOS DE GESTÃO AMBIENTAL.
AA1000	NORMA NÃO CERTIFICÁVEL	SUSTENTABILIDADE	É UM PADRÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL FOCADO EM ASSEGURAR A QUALIDADE DA CONTABILIDADE, AUDITORIA E RELATO DE INFORMAÇÕES DE CARÁTER, SOCIAL, AMBIENTAL E FINANCEIRO.
ISO 26000	NORMA NÃO CERTIFICÁVEL	SUSTENTABILIDADE	NORMA EM ANDAMENTO COM O INTUITO DE SER UM GRANDE GUIA DE DIRETRIZES EM RESPONSABILIDADE SOCIAL.
NBR 16001	NORMA CERTIFICÁVEL	SUSTENTABILIDADE	NORMA NACIONAL QUE LEVA EM CONSIDERAÇÃO O TRIPÉ ECONÔMICO, AMBIENTAL E SOCIAL.
BALANÇO SOCIAL	INDICADOR	SUSTENTABILIDADE	É UM RELATÓRIO INSPIRADO NO FORMATO DOS BALANÇOS FINANCEIROS, DIVULGADO ANUALMENTE E COM O OBJETIVO DE COMPROVAR A ATUAÇÃO EMPRESARIAL NO CAMPO SOCIAL, AMBIENTAL, ENTRE OUTROS.
GRI	INDICADOR	SUSTENTABILIDADE	É UM GUIA DE DIRETRIZES PARA A PUBLICAÇÃO DE RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE.
INDICADORES ETHOS	INDICADOR	SUSTENTABILIDADE	ESSES INDICADORES PERMITEM QUE AS EMPRESAS FAÇAM UMA AUTO-AVALIAÇÃO DE SEU DESEMPENHO EM AÇÕES DE RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL.
ÍNDICES DE SUSTENTABILIDADE	INDICADOR	SUSTENTABILIDADE	SÃO INDICADORES DA PERFORMANCE FINANCEIRA DAS EMPRESAS COM AÇÕES EM SUSTENTABILIDADE.

QUADRO 3: As principais ferramentas de avaliação

FONTE: Elaborado pela autora.

4 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: ATUAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Na medida em que, nos mais diversos segmentos da sociedade, aprofundam-se as discussões a respeito de crescimento sustentado, co-responsabilidade, cadeia produtiva responsável, relações étnicas com os *stakeholders*, transparência e prestação de conta das atividades desenvolvidas pelas empresas, faz-se necessário analisar de que forma as instituições financeiras podem conduzir a análise de crédito à luz da responsabilidade social, motivados pela ética da responsabilidade socioambiental (em alta no atual estágio do capitalismo) e pela busca de lucros em um "mercado verde" cada vez mais promissor (o segmento dos negócios "ambientalmente corretos"). (KARKOTLI, 2006; RESURREIÇÃO, 2005).

Como a grande maioria das empresas e governos do mundo depende de serviços financeiros, tais instituições têm uma importância-chave em todos os segmentos da atividade humana. Enquanto seus serviços financeiros são usados com considerável frequência para atividades que prejudicam o meio ambiente, os direitos humanos e a igualdade social, os bancos também podem ser poderosos agentes de transformação. (RESURREIÇÃO, 2005).

Visto que os bancos são parte integrante desta sociedade, intermediando as relações entre clientes aplicadores e tomadores de recursos e que, muito embora, o objetivo final das organizações seja o lucro e o retorno sobre os investimentos realizados, e face ao aprimoramento das discussões sobre sustentabilidade, descritas nos capítulos anteriores, as instituições financeiras podem assumir uma posição mais efetiva na sociedade atuando como agente social no processo de desenvolvimento. (KARKOTLI, 2006).

Atento a todos os movimentos e reafirmando seu papel de vanguarda em diversas questões, as empresas que fazem parte do sistema financeiro¹⁴, especialmente os bancos comerciais¹⁵, rapidamente buscam implementar em sua gestão práticas tidas como

¹⁴ O conjunto de instituições que compõem o Sistema Financeiro Nacional está dividido entre Autarquias Monetárias e as Instituições Financeiras. Fazem parte do primeiro grupo o Conselho Monetário Nacional, o Banco Central, a Comissão de Valores Mobiliários e o Banco do Brasil. No agrupamento das Instituições Financeiras estão: bancos comerciais; caixas econômicas; bancos de desenvolvimento; bancos de investimento; sociedades de crédito, financiamento e investimento; sociedades corretoras; sociedades distribuidoras; sociedades de arrendamento mercantil; associações de poupança e empréstimo; sociedades de crédito imobiliário; investidores institucionais; fundos múltiplos de investimento; entidades fechadas de previdência privada; entidades abertas e de previdência privada; seguradoras; sistema financeiro da habitação. (Karkotli, 2006).

¹⁵ Os bancos comerciais são muitas vezes denominados de bancos múltiplos, que atendem ao varejo (trabalham com o grande público, muitos clientes, independente de tamanho). As carteiras de um banco envolvem carteira comercial,

socialmente responsáveis, seja no ambiente interno promovendo a melhora na qualidade de vida e nas condições de trabalho de seus colaboradores, seja nas relações com clientes com a abertura de canais de comunicação e de consultas, seja nas relações com a comunidade associando-se a projetos na área de educação e saúde, seja nas relações com o meio ambiente desenvolvendo programas que visam à preservação das riquezas naturais e históricas (KARKOTLI, 2006, p.126).

Visto que as instituições financeiras estão expostas a riscos que podem se traduzir em prejuízos relevantes, comprometer sua saúde financeira e até sua própria continuidade, uma quantidade crescente de instituições bancárias estão percebendo que ignorar os riscos ambientais e sociais pode acentuar consideravelmente sua exposição aos riscos relativos ao crédito, conformidade e reputação.

De acordo com o *Market Intelligence Brief* – MIB (2003 apud TOSINI, 2007, p. 37) os bancos com relação às questões ambientais, estão expostos a três tipos de risco:

- Risco direto: São aqueles aos quais os bancos respondem diretamente como poluidores, isto é, associados às suas próprias instalações;
- Risco indireto: O risco ambiental afetará a empresa com o qual o banco tem relacionamento como intermediador financeiro, via operações de crédito, ou como detentor de ativos financeiros (ações ou títulos de dívida);
- Risco de reputação: Os bancos vêm sofrendo pressão por parte de ONGs e do público em geral para adotar uma política de financiamento e investimento ambientalmente correta.

Ao adotarem políticas ambientais e sociais os bancos estariam minimizando seus riscos (de mercado, legal, de crédito e operacional), além de melhorar sua imagem perante a sociedade e ainda angariar recursos de organismos multilaterais (Banco Mundial, Banco Interamericano para Desenvolvimento, entre outros), visto que esses oferecem recursos de longo prazo e com taxas mais baixas que as realizadas no mercado, mas em contrapartida exigem que o tomador possua políticas de gerenciamento focadas no tripé da sustentabilidade. (TOSINI, 2007).

de investimento, de crédito imobiliário, de aceite, de desenvolvimento e de *leasing*. Para configurar a existência do banco múltiplo (comercial), ele deve possuir pelo menos duas das carteiras mencionadas, sendo, obrigatoriamente, uma delas comercial ou de investimento. (Karkotli, 2006).

O progresso que os bancos venham a alcançar neste campo, entretanto, será medido não apenas por boas intenções ou por políticas oficialmente adotadas no papel. Para promover avanços na sustentabilidade, os bancos devem procurar melhor desempenho e resultados no âmbito social e ambiental. (AMIGOS DA TERRA, 2006).

Segundo Karkotli (2006, p.127), aos poucos descobriu-se

[...] o filão social como negócio e a transformação de atitudes socialmente responsáveis em lucros, vislumbrando-se a participação mais efetiva dos agentes financeiros no desenvolvimento sustentável das comunidades considerando sua atuação como fomentadores da economia através das linhas de crédito que disponibiliza. Assim, buscando inserir na análise e concessão de crédito questões relevantes como impacto ambiental e melhoria da qualidade de vida, os bancos otimizam o seu *portfólio* de produtos e serviços. Deste modo defini-se o escopo da responsabilidade social na atividade bancária que deve nascer de uma visão profunda da relação entre governo – sociedade – empresas – meio ambiente, incluindo-se as entidades sindicais, e desta relação objetiva-se a promoção de um sistema financeiro pró-ativo e socialmente responsável.

De acordo com Sônia Favaretto (2007 apud RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2008),

A sustentabilidade está na lógica do segmento financeiro. Instituições financeiras devem, por pressuposto, ser éticas, confiáveis, legalistas. Isso se reflete na gestão interna e nos produtos e serviços oferecidos, numa tendência crescente. Os bancos investem e valorizam sistemas de governança e *report* que garantam a condução transparente de suas operações. Os produtos e serviços oferecidos aos clientes, por sua vez, cada vez mais incorporam critérios socioambientais e procuram ser inclusivos, compondo assim o que chamamos de Finanças Sustentáveis. Complementando este panorama, está o relacionamento com todos os *stakeholders* da instituição, funcionários, clientes, acionistas, fornecedores, comunidade, sociedade em geral. Todos são importantes e devem ser considerados na construção de um ambiente ético e sustentável.

A criação dos fundos socioambientais obedece ao mesmo preceito de inserção do conceito de responsabilidade social no *core business* dos bancos. Algumas instituições já perceberam que os fundos socioambientais podem ser rentáveis, isso porque empresas empenhadas na adoção de práticas sustentáveis apresentam boa performance financeira e dificilmente irão se envolver em escândalos com produtos e ações na Justiça, nem terão imprevistos financeiros decorrentes de multas ambientais. (RICO, 2006).

A legislação básica de referência aos bancos, no Brasil, é a Lei Federal 4.595/64, conhecida como Lei da Reforma Bancária, que estrutura o sistema financeiro nacional. Contudo com a Política Nacional de Meio Ambiente (Lei 6938/81), os bancos foram obrigados a observar, também, os impactos ambientais dos empreendimentos financiados, mas foi em 1998, com a lei

de Crimes Ambientais (lei 9605/98), que a co-responsabilidade começou a ser discutida. Com isso a instituição que financia projetos e/ou atividades causadoras de lesão ao meio ambiente, estará a exercer atividade de cooperação ou mesmo de co-autoria, respondendo pela degradação ambiental provocada pelo responsável direto pelo empreendimento financiado. (JHON, 2002; RESURREIÇÃO, 2005).

Os bancos devem zelar pelo cumprimento das leis e normas de licenciamento ambiental dos empreendimentos financiados e, para tanto, precisam ampliar a capacidade de gerenciamento ambiental e criar cláusulas condicionais para os contratos de financiamento, prevendo a suspensão dos recursos, caso o empreendedor descumpra a legislação. (PEDRO, 2002 apud JOHN, 2002).

Essa preocupação em estabelecer sólidos princípios de responsabilidade socioambiental nas instituições financeiras, visa projetar o impacto das suas deliberações junto às comunidades mais carentes, seja pela preocupação com o meio ambiente ou pelo cuidado de não liberar recursos para empresas que utilizam mão-de-obra infantil nas suas atividades, pois os bancos lidam com um produto importante na vida das pessoas, famílias e empresas: o dinheiro e seu valor, o que pela sua composição afeta, sensivelmente, toda a sociedade. (KARKOTLI, 2006).

Mais recentemente os bancos também vêm mostrando interesses no rentável mercado de créditos de carbono¹⁶, que funciona através de um Mecanismo de Desenvolvimento Limpo¹⁷, um instrumento, oriundo do Protocolo de Quioto, que destina recursos para o financiamento de projetos ambientalmente corretos, voltados para o desenvolvimento sustentável e que repercutam na diminuição da concentração de carbono na atmosfera, como forma de combater o aquecimento global. (RESURREIÇÃO, 2005).

Então, todos os bancos que estão dispostos a seguir o caminho da sustentabilidade necessitam de uma combinação de liderança corajosa, planejamento de longo prazo, políticas ambiciosas, produtos inovadores, desenvolvimento de processos, efetiva implementação na instituição e claros procedimentos de transparência e de prestação de contas. Portanto, a consciência mais evoluída e reivindicadora da sociedade indica aos administradores que uma empresa para se manter competitiva necessita primar pela qualidade de seus produtos, pela

¹⁶ Os Créditos de Carbono são certificados que autorizam países industrializados a emitirem gases formadores do efeito estufa. Esses créditos podem ser negociados, ou seja, é possível que uma empresa de um país industrializado “compre o direito de poluir” adquirindo créditos compensatórios por suas emissões. (CRESCER, 2007).

¹⁷ O mecanismo de desenvolvimento limpo consiste em gerar energia e utilizar energia através de uma matriz que emita menos poluentes. (IBPS, 2004).

segurança de seus clientes, eliminar práticas que causem impactos nocivos ao ambiente natural e demonstrar respeito para com a comunidade que lhe acolhe. (AMIGOS DA TERRA, 2006; KARKOTLI, 2006).

Isto representa uma mudança de paradigma na atividade bancária: mais do que emprestar dinheiro, os bancos passariam a ter co-responsabilidade pela efetiva aplicação dos recursos e do impacto destes projetos na sociedade e no meio ambiente. (KARKOTLI, 2006).

O *BankTrack*¹⁸ traçou diretrizes a serem seguidas pelas instituições financeiras que desejam avançar pelo caminho da sustentabilidade. Como ponto inicial foi lançado em janeiro de 2003 a Declaração de Collevocchio¹⁹, que recebeu o nome do vilarejo italiano onde foi originalmente concebida, que delineia a responsabilidade e o papel que o setor financeiro tem em promover a sustentabilidade. (AMIGOS DA TERRA, 2006).

Para atingir esse objetivo, as instituições financeiras deveriam adotar os seguintes compromissos:

1. Compromisso com a sustentabilidade;
2. Compromisso “de não provocar dano”;
3. Compromisso com a responsabilidade;
4. Compromisso com a prestação de contas;
5. Compromisso com a transparência;
6. Compromisso com a sustentabilidade dos mercados e da governança.

Desta forma, as organizações têm de aprender a equacionar a necessidade de obter lucros, obedecer às leis, ter um comportamento ético e envolver-se em alguma forma de filantropia para com as comunidades em que se inserem. (KARKOTLI, 2006).

4.1 PRINCÍPIOS DO EQUADOR

¹⁸ O BankTrack é uma rede de organizações e de indivíduos que monitoram as operações do setor financeiro privado (bancos, administradoras de recursos, companhias seguradoras e fundos de pensão) e o seu impacto nas pessoas e no planeta (BANKTRACK, 2008).

¹⁹ A íntegra dos seis compromissos da Declaração de Collevocchio pode ser visualizada no Anexo 2.

Em junho de 2003, sob os auspícios da Corporação Financeira Internacional²⁰ (IFC, na sigla em inglês), foram lançados os Princípios do Equador, e definidos como um conjunto de diretrizes ambientais e sociais voluntárias para empréstimos destinados ao financiamento de projetos baseados nos padrões da IFC, isto é, para condicionar a aprovação dos financiamentos que cumprem certas práticas socioambientais. (KARKOTLI, 2006; RICO, 2006).

Então, quando do lançamento, uma onda passou a empurrar o setor financeiro no rumo da sustentabilidade. Inicialmente, esses princípios foram adotados por bancos comerciais em operações de repasse de recursos da IFC. Posteriormente, diversos dos principais bancos mundiais adotaram voluntariamente essas cláusulas em todos os seus financiamentos de *Project Finance*²¹. (BRASIL SUSTENTÁVEL, 2006; INTERNEWS, 2007).

A partir dos Princípios do Equador, cada instituição signatária se compromete a estabelecer um *rating* das operações classificando-as em: A (alto risco), B (risco médio) e C (baixo risco) consoante o tipo, localização, dimensão e os potenciais riscos ambientais e sociais. Os projetos da categoria A são aqueles que poderão ser responsáveis por impactos irreversíveis. Os impactos dos projetos da categoria B não são irreversíveis e são mais facilmente controlados. Os impactos dos projetos da categoria C são considerados não significativos. (NATURLINK, 2008).

De acordo com Karkotli (2006, p. 137-138), na prática, as empresas interessadas em obter recursos nos mercados financeiros deverão incorporar ao seu projeto quesitos como:

- Gestão de risco ambiental, proteção à biodiversidade e adoção de mecanismos de prevenção e controle da poluição;
- Proteção à saúde, à diversidade cultural e étnica e adoção de sistemas de segurança e saúde operacional;
- Avaliação de impactos socioeconômicos, incluindo as comunidades e povos indígenas;

²⁰ Criada em 1956 pelo Banco Mundial, a Corporação Financeira Internacional promove o investimento sustentável do setor privado dos países em desenvolvimento (RICO, 2006, p.19).

²¹ Essa modalidade de financiamento concede crédito a um projeto específico, e não a uma determinada empresa. Para seguir adiante, a companhia interessada precisa instituir uma nova pessoa jurídica – Sociedade Propósito Específico –, que seja exclusiva para a iniciativa. Em um *project finance*, os diversos participantes – empreendedores, bancos, seguradoras, agências multilaterais, fornecedores e investidores – atuam como acionistas da nova sociedade, e o financiamento do projeto é pago com a receita gerada pelo empreendimento. O majoritário é a empresa, mas o banco também passa a ser acionista. Se o poder de controle é maior, também é maior a responsabilidade (BRASIL SUSTENTÁVEL, 2006).

- Eficiência na produção, distribuição e consumo de recursos hídricos e energia e uso de energia renováveis;
- Respeito aos direitos humanos e combate à mão-de-obra infantil.

Primeiramente foram estabelecidos critérios de análise de risco socioambiental no financiamento de projetos acima de US\$ 50 milhões, com o lançamento dos Princípios do Equador II, em 2006, uma nova fase amplia a aplicação das diretrizes socioambientais para projetos de financiamentos com custo superior a US\$ 10 milhões. (BRASIL SUSTENTÁVEL, 2006).

A evolução dos Princípios do Equador pode ser visualizada no quadro 4:

EM EVOLUÇÃO		
Como eram e como ficaram os Princípios do Equador	PE 1	PE 2
Financiamento de projeto acima de US\$ 50 milhões.	SIM	
Financiamento de projeto acima de US\$ 10 milhões.		SIM
Vale também para expansões de projetos já existentes, com significativo impacto socioambiental.		SIM
Toda instituição financeira signatária terá de publicar um relatório anual sobre a implementação dos Princípios do Equador, informando número de projetos e valores.		SIM
Todo projeto deve ter classificação de acordo com seu nível de risco socioambiental. Para os de alto risco, são exigidos planos de ação que minimizem os impactos.	SIM	SIM
O monitoramento dos projetos financiados deve ser realizado até o prazo de encerramento do financiamento.	SIM	SIM

QUADRO 4: Em evolução – Como eram e como ficaram os Princípios do Equador.

FONTE: Brasil sustentável – Uma publicação do conselho empresarial brasileiro para o desenvolvimento sustentável, jul/ago 2006, p. 39.

Segundo Kartotli (2006, P. 138),

Dados o contexto mutante dos negócios e a crescente importância dos impactos ecológicos e sociais na tomada de decisões, há uma oportunidade significativa para os bancos que comecem a tomar medidas de mudança em suas estratégias e operações. Os bancos podem questionar as atuais fronteiras de análise de sua responsabilidade e seu impacto avaliando todo o conjunto de efeitos-cascata de suas decisões. Este processo possibilitará aos responsáveis pela tomada de decisões compreender melhor que custos estão ocultados pelas tais abordagens de acompanhamento e contabilidade.

Aderiram a estes princípios os bancos nacionais Bradesco, Itaú, Banco do Brasil e Unibanco. Diversas instituições estrangeiras que atuam no Brasil são também signatárias dos Princípios do Equador, entre elas: Real ABN Amro, Citigroup, HSBC, JP Morgan Chase, RaboBank e West LB. (INTERNEWS, 2007).

4.2 A O PANORAMA NACIONAL

No plano internacional, o Programa das Nações Unidas para o Ambiente (PNUMA), editou, em 1992, a Declaração Internacional dos Bancos sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável, reconhecendo que o desenvolvimento sustentável depende de uma interação positiva entre o desenvolvimento econômico e social, e a salvaguarda do ambiente, a fim de equilibrar a satisfação dos interesses das gerações atuais e futuras. No Brasil, o governo federal criou o Protocolo Verde, em 1995, instrumento empregado para induzir bancos e órgãos públicos a incorporar a questão ambiental como critério de análise para a concessão de créditos e benefícios fiscais. (KARKOTLI, 2006; KRAEMER, 2007).

Este Protocolo está em consonância com o dispositivo constitucional previsto no Art. 225, o qual prescreve que cabe ao poder público e a coletividade defender e preservar o meio ambiente, e o a Art. 12, da Lei n.º. 6.938, de 1981, que institui a Política Nacional do Meio Ambiente (esta Lei prevê equivalência na reparação do dano para os poluidores, considerados estes os responsáveis diretos ou indiretos pela atividade causadora de degradação ambiental). (JHON, 2002; RESURREIÇÃO, 2005).

Em 1998 foi instituída a Lei de Crimes Ambientais – Lei 9605/98 – que trouxe vários dispositivos com impacto direto na consideração da responsabilidade ambiental dos bancos. Essa Lei dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente. Neste momento é acentuado o conceito de co-responsabilidade. (CARVALHO; FRANCIS; RIBEIRO, 2003).

Entretanto, o papel a ser desempenhado pelos bancos não deve se ater à burocrática verificação de licenças e estudos de impacto ambientais dos empreendimentos. É preciso desenvolver uma política de concessão de crédito e linhas de financiamento voltadas para a gestão responsável dos recursos naturais. (JANTALIA, 2007 apud PARTNERREPORT, 2008).

Segundo Fabiano Jantalia,

O foco dessa atuação deve ser a prevenção e conscientização ambientais, capazes de produzir mudanças nos métodos de produção e hábitos de consumo da sociedade brasileira. A atuação pode se dar em duas frentes: através da ampliação do financiamento de pesquisas e programas de educação ambiental, onde os bancos atuariam junto ao meio científico e educacional, incentivando, sob a forma de patrocínio ou bolsas de estudo, os projetos de pesquisa em instituições de ensino; e através da criação de fundos de investimento e linhas de crédito especiais para projetos de repercussão ambiental positiva, com juros reduzidos, aplicando, para as demais linhas de crédito, um *rating* de risco menor para as empresas que adotarem práticas ambientais em sua planta ou junto à comunidade em que estão inseridas. (2007 apud PARTNERREPORT, 2008).

Segundo o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS, 2008),

o setor financeiro do Brasil destaca-se como um dos mais avançados no mundo no contexto da sustentabilidade, assumindo, de forma crescente e definitiva, uma posição pró-ativa na análise dos projetos de financiamento. Isso explica por que nosso país, comparado as outras nações emergentes, tem a maior representação entre as instituições que aderiram ao documento global “Princípios do Equador”.

Além da forte adesão dos bancos nacionais aos Princípios do Equador, eles também se destacam em diversos *rankings* internacionais atendendo critérios como ética, responsabilidade social corporativa, governança corporativa e transparência. A divulgação de balanços sociais e relatórios de responsabilidade social também passaram a fazer parte das instituições, que estão levando a sério assuntos correlacionados a sustentabilidade e a responsabilidade socioambiental, uma vez que clientes e o mercado em geral estão conferindo seus desempenhos nestas áreas.

Isso demonstra que “do mesmo modo que no setor financeiro internacional, o processo de incorporação da sustentabilidade no mercado financeiro brasileiro tem se desenvolvido por meio da criação de políticas e produtos específicos com foco socioambiental”. (MATTAROZZI e TRUNKL, 2007, p.17).

Segundo o estudo efetuado pelas companhias *Management & Excellence* de Madrid e pela *LatinFinance* de Miami, os bancos brasileiros se destacam no *ranking* que avalia anualmente os grandes bancos da América Latina. (DEFESANET, 2006). Para o estudo são analisados 109 padrões de sustentabilidade, governança corporativa e responsabilidade social, de acordo com

critérios da OCDE, do Pacto Global, do GRI, da Bovespa, entre outros órgãos ligados ao assunto. (RELATÓRIO *MANAGEMENT & EXCELLENCE*²², 2007).

Pelo terceiro ano consecutivo o Itaú é o banco mais sustentável e ético da América Latina, e os demais bancos nacionais (Bradesco, Unibanco e Banco do Brasil) ficaram entre os 20 primeiros no ano de 2007. As instituições estrangeiras que atuam no Brasil também obtiveram destaque, como pode ser visualizado na tabela abaixo:

TABELA 1
Os 40 melhores bancos latino-americanos

Ranking 2007		
Bank	Country	Score
1 Itaú	Brazil	95.41%
2 Bradesco	Brazil	94.50%
3 BCI - Chile	Chile	86.24%
Santander Chile	Chile	86.24%
5 ABN AMRO Real	Brazil	85.32%
6 Unibanco	Brazil	84.40%
BBVA Peru	Peru	84.40%
8 BBVA Venezuela	Venezuela	82.57%
9 Banco de Chile	Chile	80.73%
BBVA Mexico	Mexico	80.73%
11 BBVA Colombia	Colombia	77.98%
HSBC Mexico	Mexico	77.98%
13 Santander Brazil	Brazil	76.15%
14 Banco do Brasil	Brazil	74.31%
15 Banco de Bogotá	Colombia	70.64%
16 Scotiabank Mexico	Mexico	69.72%
17 BBVA Argentina	Argentina	68.81%
Santander Mexico	Mexico	68.81%
B. de Crédito del Peru	Peru	68.81%
20 Bancolombia	Colombia	66.06%
AVERAGE		64.89%
21 Banco Galicia	Argentina	63.30%
Ixe	Mexico	63.30%
23 Banco Hipotecario	Argentina	61.47%
Nossa Caixa	Brazil	61.47%
25 HSBC Brazil	Brazil	60.55%
26 Banorte	Mexico	59.63%
27 Santander Argentina	Argentina	58.72%
28 Safra	Brazil	57.80%
Banamex	Mexico	57.80%
30 BBVA Chile	Chile	56.88%
31 Suramericana de Inversiones	Colombia	55.05%
Mercantil	Venezuela	55.05%
33 B. Del Estado de Chile	Chile	54.13%
34 Macro Bansud	Argentina	44.95%
35 Scotiabank Peru	Peru	44.04%
36 Patagonia	Argentina	43.12%
37 Votorantim	Brazil	42.20%
Interbank	Peru	42.20%
39 B. Nación Argentina	Argentina	19.27%
40 Bancafe	Colombia	14.68%

FONTE: Relatório *Management & Excellence*, 2007.

²² Íntegra do relatório pode ser visualizada no site < <http://www.management-rating.com/archivo/M&E%20LF%20Banks%20Ranking%202007%20AL%20V1L.pdf>>.

Os bancos nacionais e internacionais que atuam no Brasil ainda são destaques quando o assunto é a criação de fundos éticos e a participação em carteiras de índices voltados para a sustentabilidade, como é o caso do Índice *Dow Jones* de Sustentabilidade (DJSI) e do Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa (ISE).

Percebe-se que estas instituições captaram a idéia de que “o desenvolvimento sustentável deixou de ser um assunto reservado a ambientalistas e passou a fazer parte dos negócios”. (BARBOSA, apud CAMARGOS, 2006).

No Brasil diversas entidades e Organizações Não Governamentais explanam os conceitos e as diretrizes sobre desenvolvimento sustentável e responsabilidade socioambiental empresarial, com vistas a expor os problemas mundiais em torno do assunto e buscar alternativas, disseminando o conceito no meio acadêmico e empresarial.

Dentro desses órgãos pode-se destacar dois que atuam mais especificamente na esfera das instituições financeiras, são eles:

a) Comissão de Responsabilidade Social e Sustentabilidade

A Comissão de Responsabilidade Social e Sustentabilidade, vinculada a FEBRABAN²³ (Federação Brasileira de Bancos), foi criada em julho de 2002 com a missão de disseminar conceitos e fomentar práticas de desenvolvimento sustentável no setor financeiro nacional. (FEBRABAN, 2008).

Esta comissão tem como objetivo (RELATÓRIO FEBRABAN, 2006, p. 5):

- Estimular a inserção das questões de desenvolvimento sustentável no âmbito da Federação, incluindo as demais comissões;
- Contribuir para que a FEBRABAN transmita à sociedade o papel e a atuação do sistema financeiro para o desenvolvimento econômico e socioambiental do País;
- Representar a FEBRABAN perante fóruns e entidades que discutem temas de desenvolvimento sustentável, particularmente nos âmbitos social e ambiental.

²³ FEBRABAN: é a principal entidade representativa do setor bancário nacional. Foi fundada em 1967 com o objetivo de fortalecer o sistema financeiro, suas relações com a sociedade e contribuir para o desenvolvimento econômico e social do País. (FEBRABAN, 2008).

- Promover a troca de experiências relacionadas ao desenvolvimento sustentável entre os associados e desenvolver possíveis ações conjuntas;
- Desenvolver e implementar políticas e práticas de investimento social da FEBRABAN.

b) Câmara Técnica de Finanças Sustentáveis

A Câmara Técnica de Finanças Sustentáveis, entidade vinculada ao CEBDS, foi lançada em 2005 e é formada por grandes grupos do mercado financeiro do país que têm como missão contribuir para que as instituições financeiras assumam seu papel na promoção do desenvolvimento sustentável, fomentando a discussão de princípios e melhores práticas. (CEBDS, 2008).

Esta câmara tem como objetivos (CEBDS, 2008):

- Fornecer informação, direcionamento, produtos e ferramentas que auxiliem as instituições financeiras a identificarem oportunidades na área de finanças sustentáveis, bem como a importância da participação do setor financeiro na adoção de práticas que estimulem o desenvolvimento sustentável;
- Representar de maneira pró-ativa e qualificada a visão das instituições financeiras em assuntos relacionados às finanças sustentáveis, em debates e formulação de políticas públicas com governos e demais stakeholders;
- Disseminar melhores práticas, demonstrando à sociedade em geral, de forma simples e compreensível, a contribuição das instituições financeiras na construção do desenvolvimento sustentável, assumindo sempre os princípios da ética e da transparência;
- Estimular a sustentabilidade nas instituições associadas, por meio de projetos e parcerias na área de finanças sustentáveis, que gerem resultados concretos.

4.3 A AÇÃO DOS BANCOS NACIONAIS

As instituições financeiras que atuam no Brasil possuem diversas ações ligadas às questões de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental. Por exemplo, o Real Abn Amro lançou em 2001 o Fundo Ethical e também possui projetos de financiamento socioambiental, de

ecoeficiência, projeto Escola Brasil, concurso Talentos da Maturidade, entre outros. O HSBC criou o Instituto HSBC de Solidariedade, lançou políticas para o setor florestal, de energia, entre outras ações. O banco Santander criou o portal Universia, apóia ONGs e também lançou o Programa Parceiros em Ação. As redes Abn Amro e HSBC ficaram em primeiro lugar no relatório de sustentabilidade financeira realizado pelo WWF em parceria com o *Bank Track* em 2006, e as agências situadas no Brasil tiveram suma importância na obtenção desse resultado para ambas as instituições. (BANKTRACK, 2008; RICO, 2006).

O Brasil é um dos países onde os assuntos sustentabilidade e responsabilidade socioambiental empresarial estão muito difundidos, principalmente no que concerne às instituições financeiras.

Com o objetivo de enfatizar a atuação dos quatro grandes bancos de capital nacional (Itaú, Unibanco, Bradesco e Banco do Brasil), que aderiram voluntariamente aos Princípios do Equador, são listadas as principais práticas voltadas ao tema adotadas pelos mesmos, conforme abaixo:

a) Banco Itaú

Para Roberto Egydio Setúbal, Presidente do Banco Itaú Holding Financeira S.A. (ITAÚ, 2008) “[...] Nossas crenças, nossos valores e nosso comprometimento com o desenvolvimento sustentável devem permear todas as estratégias e relacionamentos no Itaú. É uma tarefa desafiadora e uma caminhada permanente de conquistas progressivas”. E é nesse pensamento que o Itaú se destaca como uns dos bancos mais comprometidos com responsabilidade socioambiental.

As principais ações do banco que podem ser consideradas elementos de diferenciação e que mostram o engajamento da instituição com a responsabilidade socioambiental empresarial são (ITAÚ, 2008):

- Nível 1²⁴ da Bovespa: O Itaú aderiu, em junho de 2001, ao Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). Ao aderir ao Nível 1, as empresas comprometem-se

²⁴ As Companhias Nível 1 se comprometem, principalmente, com melhorias na prestação de informações ao mercado e com a dispersão acionária. (BOVESPA, 2008).

a promover uma série de melhorias, principalmente na prestação de informações ao mercado e com relação à dispersão acionária;

- *Dow Jones Sustainability World Index*: O Itaú é o único banco latino-americano que participa do índice desde a sua criação em 1999 e obteve a maior nota do setor bancário em 2007 nos itens: Política Anticrime, Desenvolvimento do Capital Humano e Atração e Retenção de Talentos.

- ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial): Desde a criação pela Bolsa de Valores de São Paulo do ISE em 2005, Itaú participa do índice-referência para o investimento socialmente responsável.

- Fundo Itaú de Excelência Social: Seguindo a tendência do mercado o Itaú lançou em 2004 o FIES, um fundo de investimentos em ações de empresas com práticas de responsabilidade social diferenciadas (Governança Corporativa, Práticas Sociais e Proteção ao Meio Ambiente). Esse fundo doa 50% da sua taxa de administração para projetos sociais.

- AA1000: Em 2006, o Itaú *Holding* iniciou o processo de adoção da *Accountability* 1000, norma internacional de ética e relato social que estabelece padrões empresariais de transparência e prestação de contas.

- Princípios do Equador: Em 2006, o Itaú passou a aderir à versão revisada dos Princípios do Equador.

- Resposta ao *Carbon Disclosure Project*²⁵ em 2005 e 2006.

O Itaú ainda dispõe de diversas ações de cunho social e ambiental que merecem destaque (ITAÚ, 2008):

²⁵ O *Carbon Disclosure Project* (CDP) é uma entidade sem fins lucrativos, criada em 2000, que conta com o suporte de investidores institucionais para identificar como as maiores empresas de todo o mundo procuram minimizar os impactos ambientais de seus negócios diante das mudanças climáticas. Com base nas respostas de questionários, são consolidados os relatórios globais CDPs. (LVBA, 2006).

- Projeto Plante o Amanhã; Programa Itaú Solidário; Programa Itaú Voluntário; Produtos Socioambientais; Análise de Risco e Crédito Socioambiental; Campanha Plante a Primavera; Microcrédito; Fundo da Criança e do Adolescente; Fundação Itaú Social; Instituto Itaú Cultural; Utilização Racional de Recursos; Preservação de Praças e Áreas Verdes; Publicação de relatórios anuais e balanços sociais.

b) Unibanco

O Unibanco que tem como missão "contribuir ativamente, como instituição financeira, para o desenvolvimento econômico do país, atendendo de forma equilibrada às expectativas, necessidades e interesses de clientes, funcionários e acionistas" (UNIBANCO, 2004) e como valores a idoneidade, a responsabilidade, a ética e a solidez, é um dos bancos nacionais que mais se destacam quando o assunto é responsabilidade socioambiental.

Esse reconhecimento é devido, principalmente, pelo compromisso com a sociedade por meio do Instituto Unibanco e do Instituto Moreira Salles. Segundo o Relatório Anual do Unibanco (2006, p. 66) "são dois Institutos, centenas de ações sociais e mais de 30 mil colaboradores comprometidos com a educação, a cultura, o meio-ambiente e o desenvolvimento do país".

As principais atividades exercidas pela Unibanco no que tange a preocupação ambiental e social da empresa, e que são fatores que demonstram a efetiva participação do banco com práticas de responsabilidade empresarial, fundamentais para adequação às novas tendências, são (UNIBANCO, 2008):

- Instituto Unibanco: foi criado em 1982 com o objetivo de coordenar as atividades sociais do Unibanco, entretanto em 2002 sofreu uma nova configuração com o propósito de focar sua atuação na área educacional. As ações que mais se destacam nesta são: Apoio a projetos de ONGs parceiras; Projetos de Capacitação de Educadores e Defasagem Escolar; Projetos de Qualificação para o Mercado de Trabalho; Projetos de Educação Ambiental.

- Instituto Moreira Salles: criado em 1990 com o objetivo de tornar a cultura mais acessível ao público. Buscar promover, desenvolver e difundir a cultura brasileira, especializando-se em cinco áreas distintas: fotografia, literatura, cinema, artes plásticas e música popular.
- Nível 1 da Bovespa: O Unibanco aderiu, em junho de 2001, ao Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa).
- Princípios do Equador: O Unibanco foi a primeira instituição brasileira – e de países em desenvolvimento - a aderir aos Princípios, em junho de 2004.
- Projeto Usina Termelétrica Bandeirantes: Esse projeto nasceu por meio de uma operação de *Project Finance* do Unibanco e é uma iniciativa conjunta com a Biogás e da Prefeitura de São Paulo. Atualmente, os principais prédios administrativos do Unibanco em São Paulo contam com a forma de energia limpa, o que corresponde a 25% do consumo total do grupo. O excedente é comercializado por meio da Biogeração S.A., produtora independente de energia e administrado pelo próprio banco. Em abril de 2006, o projeto do aterro Bandeirantes realizou sua primeira venda de créditos de carbono.
- Participante do Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa no ano de 2007.
- Resposta ao *Carbon Disclosure Project* (CDP).
- Fundos Unibanco *Private* de Investimento Social: Parte dos rendimentos e taxas de administração dos fundos é direcionada para projetos sociais profissionalizantes e para a área de educação infantil e de adolescentes.

O banco ainda dispõe das seguintes práticas:

- Patrocinador da Festa Literária Internacional de Parati e da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo; Programa de Voluntariado; Coleta seletiva de lixo; Clube A (associação civil sem fins lucrativos criada em 2003 com o objetivo de promover a valorização de pessoas aposentadas e

seu convívio em sociedade, por meio de atividades sociais, de lazer, de cultura e de trabalho solidário, além de oferecer benefícios e descontos em locais conveniados); Microcrédito (concedido desde 2003, com o objetivo de oferecer crédito para empreendedores e donos de pequenos negócios e é uma parceria do Unibanco com o IFC); Publicação de relatórios anuais e balanços sociais.

c) Bradesco

O Bradesco é também uma das instituições nacionais que mais investem em responsabilidade socioambiental. Em 2007 o banco lançou a campanha Banco do Planeta enfatizando sua preocupação com a sustentabilidade. “Para o Bradesco, a atividade empresarial é, acima de tudo, um instrumento eficiente de indução do desenvolvimento, de integração nacional e de difusão da cidadania”. (BRADESCO, 2008).

As ações do banco que são destaque na sua atuação em responsabilidade socioambiental e que são fatores de diferenciação no mercado, são (BRADESCO, 2008):

- Comprometimento com a *Lei Sarbanes Oxley*: De acordo com a lei americana, o Bradesco tem o compromisso de ser transparente na divulgação de atos societários e das demonstrações financeiras.
- Pacto Global: ao aderir ao Pacto Global o Bradesco assumiu o compromisso de ampliar sua atuação socioambiental, defender o crescimento sustentável, contribuir para uma economia mais inclusiva, e divulgar as diretrizes do Pacto a todos os que, direta ou indiretamente, participam do seu cotidiano.
- Princípios do Equador: Desde 2004 o Bradesco segue as diretrizes dos Princípios do Equador no que se refere à avaliação de impactos socioambientais na liberação de crédito para projetos corporativos.
- *Dow Jones Sustainability World Index*: Em 2006 o Bradesco foi incluído no referido índice, sendo o segundo banco nacional a fazer parte.

- Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa: Desde sua criação as ações ordinárias e preferenciais do Bradesco foram selecionadas para fazer parte da carteira.
- Nível 1 da Bovespa: Em 2001 o Bradesco aderiu ao Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo.
- Participa do *Carbon Disclosure Project* (CDP).
- Adesão às normas ISO 9000, ISO 14001 e SA 8000.

O Bradesco ainda apresenta outras ações que demonstram sua efetiva participação em questões de sustentabilidade e responsabilidade empresarial (BRADESCO, 2008):

- Acessibilidade e Certificações; Extrato em Braile; Fundação Bradesco (Rede de Escolas, Atividades Extras, Apoio Didático, Parcerias, Deficientes Visuais); Ação Voluntária; Finasa Esportes; Adesão aos Objetivos do Milênio²⁶; SOS Mata Atlântica; Ecoeficiência (Controle de Descarte, Controle de Emissões, Racionalização de Consumo, Materiais Adequados); Fundação Amazonas Sustentável; Linhas de Crédito Socioambientais (Ecofinanciamento de veículos, Capital de giro ambiental e florestal, CDC aquecedor solar, *Leasing* ambiental).

d) Banco do Brasil

O Banco do Brasil também é uma das instituições financeiras que mais se destacam quando o assunto é responsabilidade socioambiental. Para o banco, responsabilidade socioambiental é “ter a ética como compromisso e o respeito como atitude nas relações com funcionários, colaboradores, fornecedores, parceiros, clientes, credores, acionistas, concorrentes, comunidade, governo e meio ambiente”. (BANCO DO BRASIL, 2008).

²⁶ Em 2000, a ONU ao analisar os maiores problemas mundiais, estabeleceu os Objetivos do Milênio que são 8 Jeitos de Mudar o Mundo: 1. Acabar com a fome e a miséria; 2. Educação de qualidade para todos; 3. Igualdade entre sexos e valorização da mulher; 4. Reduzir a mortalidade infantil; 5. Melhorar a saúde das gestantes; 6. Combater a Aids, a malária e outras doenças; 7. Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente; 8. Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento. (OBJETIVOS DO MILÊNIO, 2008).

As principais diretrizes da instituição e os principais compromissos assumidos, junto a entidades setoriais e a organismos de fomento da responsabilidade socioambiental em nível nacional e internacional, são (BANCO DO BRASIL, 2008):

- Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa: compõe a carteira teórica do índice desde seu lançamento em 2005.
- Novo Mercado da Bovespa: O Banco integra o Novo Mercado²⁷, segmento que reúne as empresas com as mais rigorosas práticas de governança corporativa.
- Agenda 21 Empresarial - A Agenda Socioambiental do BB: Em junho de 2004, o Banco do Brasil assumiu publicamente junto ao Ministério do Meio Ambiente o compromisso com ações voltadas ao desenvolvimento sustentável de seus negócios.
- Protocolo Verde: Assumiu a carta de princípios para o desenvolvimento sustentável juntamente com o Banco do Nordeste, o Banco da Amazônia, o BNDES, a Caixa Econômica Federal e o Banco Central do Brasil, em 1995.
- Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas em novembro de 2003.
- Princípios do Equador: Em fevereiro de 2005 o BB passou a aderir aos Princípios do Equador.
- Resposta ao *Carbon Disclosure Project* (CDP).
- Fundação Banco do Brasil: Com 21 anos de atividade visa transformar a realidade social de muitas comunidades brasileiras. O investimento é realizado em programas próprios, estruturados e fundamentados em tecnologias sociais nas áreas de educação e de geração de trabalho e renda, com respeito às dimensões humana, econômica e ambiental.

²⁷ O Novo Mercado é um segmento de listagem destinado à negociação de ações emitidas por companhias que se comprometam, voluntariamente, com a adoção de práticas de governança corporativa adicionais em relação ao que é exigido pela legislação. A entrada de uma companhia no Novo Mercado ocorre por meio da assinatura de um contrato e implica a adesão a um conjunto de regras societárias, genericamente chamadas de "boas práticas de governança corporativa". A principal inovação do Novo Mercado, em relação à legislação, é a exigência de que o capital social da companhia seja composto somente por ações ordinárias. (BOVESPA, 2008).

- Desenvolvimento Regional Sustentável: A estratégia DRS apóia o desenvolvimento de atividades nas áreas rurais e urbanas (agronegócios, comércio, serviço e indústria). A metodologia de atuação prevê a sensibilização, mobilização e capacitação de funcionários do BB e de parceiros, e ainda a elaboração de um amplo diagnóstico, sendo abordada a cadeia de valor das atividades produtivas apoiadas e identificados pontos fortes, pontos fracos, oportunidades, ameaças e potencialidades, dentre outros. Com base no diagnóstico, é elaborado o Plano de Negócios DRS, no qual são definidos os objetivos, as metas e as ações para implementação desse Plano. Com a Estratégia Negocial de DRS, o Banco do Brasil atua não somente como instituição de crédito, mas também como catalisador de ações, fomentando, articulando e mobilizando agentes econômicos e sociais, identificando vocações e potencialidades das regiões, otimizando a capilaridade de sua rede de agências e incentivando o espírito de liderança e capacidade de mobilização de seus funcionários.

Além dessas iniciativas, outras ações do Banco do Brasil podem ser verificadas no que tange a atuação do referido banco com as questões de responsabilidade socioambiental, passíveis de diferenciação no mercado (BANCO DO BRASIL, 2008):

- Pacto pelo Combate ao Trabalho Escravo; Selo “Empresa amiga da criança”; Voluntariado; Fome Zero; Fundo da Infância e Adolescência (FIA); Cultura e Esporte; Universidade Corporativa do Banco do Brasil; Arranjos Produtivos Locais (APL); Banco Popular do Brasil; Fundação Banco do Brasil; BB Referenciado DI Social 200; Pronaf; Programas BB Florestal, BB Produção Orgânica, BB Biodiesel e de Incentivo à Eficiência Energética; Programa de ecoeficiência

4.3.1. Quadros demonstrativos da atuação dos bancos nacionais

As instituições financeiras têm obtido um grande avanço nas questões de sustentabilidade e de responsabilidade socioambiental nos últimos anos, como pode ser visto no quadro 5:

PRINCIPAIS INICIATIVAS DE INCORPORAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NO SETOR FINANCEIRO (Descrição das ações de entidades internacionais e dos bancos nacionais)	
1999	Banco Itaú é incluído no DJSI.
	Bolsa de Nova York lança o <i>Dow Jones Sustainability Index</i> (DJSI).
2002	Amigos da Terra – Amazônia Brasileira dá início ao projeto Eco-Finanças.
2003	Dez bancos internacionais lançam os Princípios do Equador.
	Organizações da sociedade civil lançam a Declaração de Collecchio: 1ª declaração das ONGs sobre o papel do setor financeiro e a sustentabilidade.
	Banco do Brasil lança a estratégia de Desenvolvimento Regional Sustentável, que visa apoiar práticas de apoio a atividades produtivas de forma sustentável.
	Bancos Unibanco, Itaú e Bradesco aderem aos Princípios do Equador.
	Seguradora Unibanco AIG lança seguro ambiental.
	Banco Itaú lança Fundo Excelência Social.
2005	Banco Bradesco cria comitê e política socioambiental corporativa.
	Banco do Brasil adere aos Princípios do Equador e adota critérios socioambientais no financiamento de projetos não enquadrados nos Princípios do Equador.
	Banco Itaú aprimora suas políticas socioambientais, cria Comissão de Responsabilidade Socioambiental e adota critérios socioambientais no financiamento de projetos não enquadrados nos Princípios do Equador.
	Banco do Brasil lança fundo atrelado ao ISE.
	Bovespa lança o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE).
	Banco Itaú lança produtos com foco socioambiental.
	CEBDS cria a Câmara Técnica de Finanças Sustentáveis, cujos membros são os bancos do Brasil, Abn Amro Real, Itaú, Bradesco, Caixa Econômica Federal e a Bolsa de Mercadorias & Futuros - BM&F.
2006	Banco Bradesco é incluído no <i>Dow Jones Sustainability Index</i> .
	Bancos privados lançam nova versão dos Princípios do Equador, com ratificação dos bancos brasileiros.
	Banco Bradesco inicia diálogo com seus fornecedores sobre responsabilidade socioambiental.
	Bancos Itaú, Bradesco e Abn Amro Real lançam produtos com foco socioambiental.
	Banco Bradesco cria área de responsabilidade socioambiental.
	Rede <i>BankTrack</i> lança manual “O que Fazer e o que Não Fazer em um Banco Sustentável”.
	Ocorre o lançamento do <i>Principles for Responsible Investment</i> (PRI), com adesão pioneira do fundo de pensão Previ.
	Rede <i>BankTrack</i> lança campanhas específicas para monitorar bancos de países emergentes e os direitos humanos em instituições financeiras.
2007	Banco Bradesco anuncia o lançamento de produtos com foco socioambiental que irão gerar recursos financeiros para a Fundação Amazônia Sustentável
	Banco Bradesco lança o Banco do Planeta, área dedicada a centralizar e ampliar todos os seus projetos e iniciativas socioambientais.
	Bolsa de Mercadorias & Futuros - BM&F realiza primeiro leilão público de créditos do carbono do mundo.
	Unibanco, em convênio com o <i>Japan Bank for International Cooperation</i> – JBIC, cria linha de financiamento para projetos de comercialização de créditos de carbono.
	IFC e Centro de Estudos em Sustentabilidade – FGV/SP lançam o Fórum Latino-Americano sobre Finanças Sustentáveis – LASFF.
	Banco Unibanco e Caixa Econômica Federal lançam fundos atrelados ao ISE.
2008	Banco Itaú lança política de crédito com classificação do risco socioambiental dos clientes corporativos.

QUADRO 5: Principais iniciativas de incorporação da sustentabilidade no setor financeiro
 FONTE: Adaptado de Finanças Sustentáveis, 2008.

O quadro acima descreve as principais ações dos bancos comerciais nacionais, ao longo dos anos, no que tange as percepções sobre responsabilidade socioambiental empresarial, bem como, as principais medidas adotadas por organismos nacionais e internacionais para a efetiva inserção dos conceitos de sustentabilidade e responsabilidade na esfera bancária.

Como foram mencionadas, as ações das instituições financeiras comerciais nacionais são destaques nas práticas de responsabilidade socioambiental e de preocupação com a sustentabilidade. Essas práticas podem ser resumidas conforme o quadro 6:

PRINCIPAIS INICIATIVAS DOS BANCOS NACIONAIS	
ITAÚ	Nível 1 de Governança Corporativa da Bovespa
	Índice <i>Dow Jones</i> de Sustentabilidade
	Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa
	AA1000
	GRI
	Princípios do Equador
	Fundo de Excelência Social
	Fundação Itaú Social
	Instituto Itaú Cultural
	Projeto Carbono
	Relatórios Anuais e Balanço Social
	Práticas Voltadas ao Meio Ambiente
	UNIBANCO
Princípios do Equador	
Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa	
Instituto Unibanco	
Instituto Moreira Salles	
Projeto Usina Termoeletrica Bandeirantes	
Clube A	
Fundo Unibanco <i>Private</i> de Investimento Social	
Projeto Carbono	
Relatórios Anuais e Balanço Social	
Práticas Voltadas ao Meio Ambiente	
BRADESCO	Nível 1 de Governança Corporativa da Bovespa
	Índice <i>Dow Jones</i> de Sustentabilidade
	Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa
	Pacto Global
	Princípios do Equador
	Lei <i>Sarbanes Oxley</i>
	Fundos de Investimento Socialmente Responsáveis
	Fundação Bradesco
	Finasa Esportes
	Projeto Carbono
	Certificados (ISO 9000; ISO 14001; SA 8000)

	Relatórios Anuais e Balanço Social
	Práticas Voltadas ao Meio Ambiente
BANCO DO BRASIL	Novo Mercado – Governança Corporativa da Bovespa
	Princípios do Equador
	Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa
	Pacto Global
	Agenda 21
	Protocolo Verde
	Fundação Banco do Brasil
	Fundo da Infância e Adolescência
	BB Cultural e BB Esportes
	BB Referenciado DI Social 200
	Fome Zero
	Banco Popular do Brasil
	Projeto Carbono
	Universidade Corporativa
	Relatórios Anuais e Balanço Social
	Práticas Voltadas ao Meio Ambiente

QUADRO 6: Principais iniciativas dos bancos nacionais

FONTE: Elaborado pela autora

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

5.1 CONCLUSÃO

Como foi apresentado, a partir da evolução do conceito de desenvolvimento sustentável e sua aplicação na esfera organizacional, com a chamada responsabilidade socioambiental, constata-se a transformação do cenário concorrencial. E percebe-se que com o passar do tempo, que questões relativas à preocupação ambiental e social deixaram de ser modismo e passaram a estar inseridas no cotidiano da sociedade e principalmente nas estratégias de cunho empresarial.

Com a disseminação desse conceito perante a sociedade, as empresas passaram a exercer novos papéis nesse novo cenário, haja vista que, além de preço e qualidade outros fatores como confiabilidade, transparência, ética e preocupação ambiental passaram a estar inseridas no bojo das relações empresariais.

O que *a priori* possa ter sido considerado apenas como um bom-mocismo empresarial, ao levarem em consideração valores intangíveis, tornou-se de suma importância para a sobrevivência no mercado. Consumidores engajados, surgimento de normas e certificados nacionais e internacionais, políticas governamentais, dissolução na mídia, entre outros fatores, levaram as organizações a repensarem em suas ações e adotarem uma postura pró-ativa com relação ao tema de pesquisa. O que poderia ser considerado puro *marketing*, tornou-se uma maneira de inserção em novos mercados e uma ferramenta de diferenciação.

Então as práticas de responsabilidade empresarial se transformaram em um fator primordial de competitividade, proporcionado pela crescente onda de conscientização e pelo surgimento de diversas leis e normas que tangem o assunto. E as empresas que consideram essa nova tendência um investimento e fazem uso de ações estratégicas, auferem benefícios como a fidelização de clientes, acesso a novos mercados e minimização de riscos.

É notável que nos últimos anos os conceitos de sustentabilidade e responsabilidade empresarial estão cada vez mais inseridos no meio organizacional. E as instituições financeiras percebendo essa mudança adotaram uma atitude pró-ativa, obtendo destaque quando o assunto é preservação ambiental e preocupação social. Todavia, em um primeiro momento, é difícil compreender o porquê deste destaque, tendo em vista a dificuldade de visualização do papel que

essas organizações podem exercer no que concerne as práticas de responsabilidade socioambiental.

Como a grande maioria das empresas, os bancos aderem às práticas de responsabilidade socioambiental com o intuito de angariar lucros em um “mercado verde”, mas adotam essas políticas principalmente devido ao risco comercial quando da concessão de financiamentos, visto que, se seus serviços financeiros forem utilizados para práticas nocivas ao meio ambiente e a sociedade, estes se tornam co-responsáveis.

Entretanto, a atuação dessas organizações não permeia somente a busca de novos segmentos e a garantia de sua reputação, elas são agentes de transformação, pois ao serem responsáveis acabam, até mesmo indiretamente, exigindo a mesma conduta dos seus *stakeholders*. A análise das ações dessas instituições demonstra a crescente preocupação em todas as esferas de relacionamento, desde fornecedores, clientes e funcionários, com o objetivo de se tornarem cada vez mais confiáveis e éticas. As principais práticas adotadas são: a criação de fundos éticos; análise detalhada de concessão de crédito; emissão de certificados de crédito de carbono; políticas sociais; criação de institutos e fundações; apoio a projetos sociais e ambientais; entre outros.

Além disso, verificou-se que diversas instituições foram criadas com o objetivo de monitorar as operações do sistema financeiro, a nível internacional pode-se citar: o *BankTrack* que traçou diretrizes que as instituições devem seguir para alcançar a sustentabilidade; a *International Finance Corporation* (IFC) que lançou os Princípios do Equador com o objetivo de condicionar a aprovação de empréstimos na modalidade de *project finance*. Na esfera nacional pode-se citar: a criação do Protocolo Verde com o intuito de induzir os bancos e órgãos públicos a incorporar a questão ambiental na análise de concessão de crédito; a acentuação da idéia de co-responsabilidade com a Política Nacional do Meio Ambiente e a Lei de Crimes Ambientais; criação de entidades de apoio às instituições financeiras na promoção do desenvolvimento sustentável como a Comissão de Responsabilidade Social e Sustentabilidade e a Câmara Técnica de Finanças Sustentáveis.

Com o lançamento dos Princípios do Equador houve o que se pode chamar de *boom* da inserção de questões ambientais e sociais na esfera bancária. Com isso surgiram carteiras de índices voltados para a sustentabilidade (DJSI e ISE), adesão ao Pacto Global, à norma AA1000, a publicação de balanços sociais e o ganho de certificados, por parte das instituições financeiras.

Após a análise dos bancos Itaú, Bradesco, Unibanco e Banco do Brasil, percebe-se o quão aprimorado este setor nacional está, no que diz respeito às práticas de responsabilidade socioambiental, com vistas a atingir o desenvolvimento sustentável. Estas instituições são destaques em diferentes pesquisas/estudos internacionais, possuem maciça adesão aos Princípios do Equador e possuem diversos projetos de cunho ambiental e social.

Conclui-se que a incorporação de aspectos ambientais e sociais pelo setor bancário é uma diretriz que agrega valor, fator de minimização de riscos, instrumento de valorização dos ativos intangíveis e uma maneira de sobrevivência no mercado. Agindo de forma responsável as instituições financeiras atenderão seu objetivo principal, o lucro, e ainda à transparência exigida por seus *stakeholders*, aos anseios sociais e à preservação do meio ambiente.

Com o desenrolar do estudo desta monografia, compreende-se que os assuntos ligados à responsabilidade socioambiental não são simplesmente modismo e que o desenvolvimento sustentável pode deixar de ser uma utopia se for exercido por todas as esferas sociais. Os primeiros passos já foram dados, consumidores estão cada vez mais conscientes, as empresas cada vez mais engajadas e políticas nacionais e internacionais cada vez mais difundidas. Agora é buscar a continuidade e a perenidade dessas discussões e ações.

5.2 RECOMENDAÇÕES

Recomenda-se para outros estudos a verificação, com dados empíricos, se as práticas ambientais e sociais desenvolvidas pelas instituições financeiras, são realmente levadas em consideração na hora de abertura de conta ou prestação de serviço, ou seja, analisar de que forma essas atuações contribuem para a conquista e fidelização de clientes e fornecedores.

Uma outra área de pesquisa que este estudo proporciona é a comparação da evolução dos indicadores de sustentabilidade com o índice padrão, com o objetivo de demonstrar até que ponto a sociedade e as empresas estão engajadas com essa mudança de paradigma e com o compromisso de promover o desenvolvimento sustentável e a responsabilidade socioambiental.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Maria Fátima Ludovico de. **Sustentabilidade corporativa, inovação tecnológica e planejamento adaptativo: dos princípios à ação.** 2006. 259 f. Tese (Doutorado em Engenharia Industrial) – PUC Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/cgi-bin/db2www/PRG_0490.D2W/INPUT?CdLinPrg=pt>. Acesso em: 18 agosto 2007.

ALVES FILHO, Alceu. **Estratégia competitiva.** 1999. Disponível em: <http://www.numa.org.br/conhecimentos/conhecimentos_port/pag_conhec/estrat%C3%A9gia.html>. Acesso em: 14 agosto 2007.

AMIGOS DA TERRA. **O que fazer e não fazer em um banco sustentável.** Disponível em: <<http://www.banktrack.org/doc/File/banktrack%20publications/banktrack%20other%20publications/dos%20and%20dons%20manual%20in%20portuguese.pdf>>. Acesso em: 20 janeiro 2008.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios.** São Paulo: Saraiva, 2002.

ANDRADE, Ilza Araújo Leão de. **Planos de desenvolvimento sustentável no Nordeste: uma análise comparativa.** Disponível em: <www.fundaj.gov.br/licitacao/textos_ilza2.pdf>. Acesso em: 15 junho 2007.

ARONQUE, Daniele. **A sustentabilidade a organizações – Um estudo de caso do ABN AMRO Real.** 2006. 68 f. Monografia (Relações Públicas, Propaganda e Turismo) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://gestcorp.incubadora.fapesp.br/portal/monografias/pdf/Daniele%20Aronque.pdf>>. Acesso em: 18 agosto 2007.

BALANÇO SOCIAL. **Publique seu balanço social.** Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=2>>. Acesso em: 14 agosto 2007.

BANCO DO BRASIL. **Sustentabilidade.** Disponível em: <<http://www.bb.com.br/portallbb/home1,8305,8305,0,0,1,6.bb>>. Acesso em: 16 janeiro 2008.

BANKTRACK. **Sobre o BankTrack.** Disponível em: <<http://www.banktrack.org/?menulang=po>>. Acesso em: 10 janeiro 2008.

_____. **Declaração de Collevocchio.** Disponível em: <<http://www.banktrack.org/doc/File/banktrack%20publications/banktrack%20other%20publications/Declaracao%20de%20Collevocchio.pdf>>. Acesso em: 10 janeiro 2008.

BELLO, José Luiz de Paiva. In: **Pedagogia em Foco**, Metodologia Científica. 2004. Disponível em: <<http://www.pedagogiaemfoco.pro.br/met01.htm>>. Acesso em: 10 julho 2007.

BRADESCO. **Responsabilidade socioambiental.** Disponível em: <<http://www.bradesco.com.br/rsa/>>. Acesso em: 16 janeiro 2008.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br>>. Acesso em: 15 setembro 2007.

BUSINESS MEETS SOCIAL DEVELOPMENT (BSD). **O que é responsabilidade social corporativa?** Disponível em: <http://www.bsd-net.com/bsd_brasil/introducaocsr.pdf>. Acesso em: 20 julho 2007.

CAMARGOS, Daniella. **Um banco e seus princípios** – Ao incorporar a preocupação com a sustentabilidade à sua gestão, o Real tornou-se referência entre as instituições financeiras. Portal Exame. Nov. 2006. Disponível em: <http://portalexame.abril.com.br/static/aberto/gbcc/edicoes_2006/m0117609.html>. Acesso em: 15 outubro 2007.

CARDOSO, André Coimbra Felix. **O programa científico de pesquisa da responsabilidade social empresarial:** a ética e os mecanismos e processos que estimulam e orientam essa prática. 2005. 319 p. Dissertação (Mestre em Administração) - Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

CARPES, Maria Margareth Mainhardt. **A responsabilidade social como um fator de competitividade das organizações:** uma proposta teórico-metodológica para avaliação de desempenho. 2005. 189 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

CARVALHO, Dirce Helena de Faria; FRANCIS, Davi Georges. **As condicionantes ambientais para obter recursos financeiros para manter ou implementar o agronegócio.** Disponível em: <<http://www.ig.ufu.br/2srg/1/1-30A.pdf>>. Acesso em: 15 de julho de 2007.

CENTRO NACIONAL DE PESQUISA DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE IMPACTO AMBIENTAL - EMBRAPA MEIO AMBIENTE (CNPMA). Disponível em: <<http://www.cnpma.embrapa.br/>>. Acesso em: 17 julho 2007.

COMISSÃO Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso Futuro Comum**. Rio de Janeiro: FGV, 1988. 430 p.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA (CNI). **Responsabilidade social empresarial**. Brasília, 2006.

CONSELHO BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (CEBDS). **Responsabilidade corporativa**. Disponível em: <<http://www.cebds.org.br/cebds/respcresp.asp>>. Acesso em: 16 janeiro 2008.

CORAL, Eliza. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial**. 2002. 275 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

CORTE, Carlos Eduardo Dalla. **A sustentabilidade sócio-ambiental como fator de competição para as empresas**. 2005. 86 f. Monografia (Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Santa Catarina.

COUTINHO, Luciano; FERAAZ, João Carlos. **Estudo da competitividade da indústria brasileira**. 3. ed. Campinas: Unicamp, 1995. 510 p.

DPSS – Prestação de serviços técnicos. **Definindo a ISO**. Disponível em: <<http://www.dpss.com.br/definidoaiso.htm>>. Acesso em: 03 fevereiro 2008.

FAVARETTO, Sônia. 2007. Entrevista concedida a RESPONSABILIDADE SOCIAL.COM. Disponível em: <http://www.responsabilidadesocial.com/article/article_view.php?id=507>. Acesso em: 14 setembro 2007.

FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS (FEBRABAN). Disponível em: <<http://www.febraban.org.br/>>. Acesso em: 15 junho 2007.

_____. **Os princípios do equador e a sustentabilidade no mercado financeiro**. Disponível em:

<[http://www.mpdf.org/.../AttachmentsByTitle/pres_Bovespa_11_Sonia_Favoretto/\\$FILE/11_Sonia+Favoretto.pdf](http://www.mpdf.org/.../AttachmentsByTitle/pres_Bovespa_11_Sonia_Favoretto/$FILE/11_Sonia+Favoretto.pdf)>. Acesso em: 15 junho 2007.

FERREIRA JR, Wilson. CPLF Energia. **Encontro de Conselheiros da PREVI 2007**. Disponível em:

<http://www.previ.com.br/pls/portal/docs/PAGE/PG_PREVI/NOTICIAS/NOTICIAS_DIARIAS/ENCONTRO_CONSELHEIROS_2007/APRESENTACOES%202007/WILSON%20FERREIRA_CPFL_ATUALIZADA_OK_DIVULGACAO.PDF>. Acesso em: 11 dezembro 2007. Relatório.

FINANÇAS SUSTENTÁVEIS. **Setor financeiro**. Disponível em: <<http://www.financassustentaveis.com.br/contexto.asp>>. Acesso em: 10 janeiro 2008.

FONTANINI, Patrícia Stella Pucharelli, et al. **Estratégia entre fornecedores na indústria automotiva** – um estudo de caso da loja da fábrica de insertos e montadora. São Paulo, 2005. Disponível em: <www.feb.unesp.br/dep/simpep/Anais_XIISIMPEP//copiar.php?arquivo=FontaniniPSP_estrategiaaforneced.pdf>. Acesso em: 13 novembro 2007.

GECKO. **Socioambiental**. Disponível em: <<http://www.gecko.com.br/propostasa.asp>>. Acesso em 17 julho 2007.

CRESCER. **Glossário**. Disponível em: <<http://www.crescer.org>>. Acesso em 30 agosto 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

_____. **Técnicas de pesquisa em economia e elaboração de monografias**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Antônio do Nascimento. **Sustentabilidade de empresas de base florestal: o papel dos projetos sociais na inclusão das comunidades locais**. 2005. 99 p. Tese (Doutorado em Ciência Florestal) - Programa de Pós-Graduação em Ciência Florestal, Universidade Federal de Viçosa. Minas Gerais. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/rarv/v30n6/a10v30n6.pdf>. Acesso em: 14 setembro 2007.

GRASEL, Dirceu. **Investimento e crescimento em setores de elevada competição: os casos das indústrias de revestimento cerâmico e da agroindústria de carnes**. 1999. 194 p. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de

Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. Disponível em: <<http://www.eps.ufsc.br/teses99/grasel/>>. Acesso em: 16 outubro 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS (IBASE). Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>>. Acesso em: 15 agosto de 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA (IBGC). Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br/projeto/Home.aspx>>. Acesso em: 10 janeiro 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL (IBPS). Disponível em: <<http://www.ibps.com.br/>>. Acesso em: 10 janeiro 2008.

INSTITUTO ETHOS. **Perguntas frequentes.** Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3344&Alias=Ethos&Lang=pt-BR>>. Acesso em: 15 agosto 2007.

INSTITUTO SUPERIOR TÉCNICO - FUNDAMENTOS DE GESTÃO RUI BAPTISTA. **Estratégia e o Ambiente Competitivo.** Disponível em: <<http://in3.dem.ist.utl.pt/pp/rbaptista/0405fges/acetatos10.pdf>>. Acesso em: 16 outubro 2007.

INTERNEWS. **Project Finance.** Disponível em: <http://www.internews.jor.br/Eventos/07/management/146PFINANCE_210907/programa.asp>. Acesso em: 10 janeiro 2008.

ITAÚ. **Responsabilidade socioambiental.** Disponível em: <<http://www.italy.com.br/socioambiental/>>. Acesso em: 16 janeiro 2008.

JANTALIA, Fabiano. **O papel dos bancos no desenvolvimento sustentável.** Disponível em: <<http://www.partnerreport.com.br/partnerreport/v2/>>. Acesso em: 09 dezembro 2007.

JONH, Liana. **Bancos discutem responsabilidades ambientais.** Estado de São Paulo, 2002. Disponível em: <<http://www.imeisvirtuais.com.br/temas.htm>>. Acesso em: 11 dezembro 2007.

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade social empresarial.** Rio de Janeiro: Vozes, 2006. 157 p.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **A gestão ambiental como vantagem competitiva.** Disponível em: <<http://www.alfinal.com/brasil/estrategias1.shtml>>. Acesso em: 20 julho 2007.

LEVEK, Andréa Regina Hopfer Cunha. **Responsabilidade socioambiental e a sustentabilidade:** um estudo sobre as interfaces em uma central hidrelétrica de grande porte. 2006. 137 p. Tese (Doutorado em Engenharia de produção) – Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

LVBA. **Abrapp lança no Brasil relatório global CDP4 sobre o compromisso das empresas com o meio ambiente.** Disponível em: <http://www.lvba.com.br/portugues/imprensa/release/abrapp_0608.php>. Acesso em: 25 janeiro 2008.

MANAGEMENT & EXCELLENCE. **Relatório.** Disponível em: <<http://www.management-rating.com/archivo/M&E%20LF%20Banks%20Ranking%202007%20AL%20V1L.pdf>>. Acesso em: 20 janeiro 2008.

MATAROZZI, Victorio; TRUNKL, Cássio. Bancos: criando valor sustentável. **Primeiro Plano,** Florianópolis, p.17, dez. 2007. Disponível em: <<http://www.financassustentaveis.com.br/mostraArtigo.asp?id=7>>. Acesso em: 10 janeiro 2008.

MERCADO ÉTICO. Disponível em: <<http://mercadoetico.terra.com.br/paginas.php?id=29>>. Acesso em: 17 julho 2007.

MERKATUS. **Vantagem competitiva: o que é e como?** Disponível em: <http://www.merkatus.com.br/10_boletim/120.htm>. Acesso em: 13 novembro 2008.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE E BANCO DO BRASIL (MMA/BB). Agenda 21 – Banco da sustentabilidade. Brasília, 2007. **Relatório.** Mimeografado.

NATURLINK. **Financiamento responsável.** Disponível em: <<http://www.naturlink.pt/canais/Artigo.asp?iArtigo=14244&iLingua=1>>. Acesso em: 10 janeiro 2008.

PAAS, Leslie Christine. **Educação para desenvolvimento sustentável por meio da aventura.** 2004. 185 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

PACTO GLOBAL. Disponível em: <<http://www.pactoglobal.org.br/index.php>>. Acesso em: 15 outubro 2007.

PLANETA SUSTENTÁVEL. **Notícias.** Disponível em: <http://planetasustentavel.abril.uol.com.br/noticia/desenvolvimento/conteudo_258941.shtml>. Acesso em: 13 novembro 2007.

PORTAL DA SUSTENTABILIDADE. **Conceitos.** Disponível em: <<http://www.sustentabilidade.org.br/doku.php?id=portug:redesustent:conceitos:conceitos>>. Acesso em: 10 janeiro 2008.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva** – Técnicas para análise de Indústrias e da Concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

_____. **Vantagem Competitiva** – Criando e sustentando um desempenho superior. 11. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989. 512 p.

_____. **Competição.** 8 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999. 515 p.

REZENDE, Idália Antunes Cangussu. **Análise da rentabilidade dos fundos de investimentos socialmente responsáveis:** um estudo empírico no mercado brasileiro. Disponível em: <<http://www.fucape.br/simposio/3/artigos/idalia%20rezende.pdf>>. Acesso em: 20 julho 2007.

REIS, Carlos Nelson dos. **A responsabilidade social da empresas:** o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado? Revista de Economia Contemporânea, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 279-305, maio/ago. 2006.

RESURREIÇÃO, Maurício Gaspar. **Da co-responsabilidade civil dos bancos por danos ambientais.** In: JUS NAVIGANDI, Teresina, ano 11, n. 1228, 11 nov. 2006. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=9142>>. Acesso em: 11 dezembro 2007.

RICO, Rosi. Dinheiro para fazer mais não falta. **Primeiro Plano**, Florianópolis, n. 3, p. 13-22, set. 2006.

RISCO Controlado. In: **Brasil sustentável**, 2006. p. 38-39. Disponível em: <<http://www.cebds.org.br/cebds/pub-docs/pub-bs-jul-ago-2006.pdf>>. Acesso em: 14 setembro 2007.

TOSINI, Maria de Fátima Cavalcante. **Risco ambiental para as instituições financeiras**. 1. ed. São Paulo: Annablume, 2006. 194 p.

UNIBANCO. **Responsabilidade socioambiental**. Disponível em: <<http://www.ri.unibanco.com.br/por/res/sus/index.asp#>>. Acesso em: 16 janeiro 2008.

UNIETHOS. **Criando Valor** – O business case para sustentabilidade em mercados emergentes. Disponível em: <http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/folheto_ifc.pdf>. Acesso em: 17 julho 2007.

UNIVERSIDADE CORPORATIVA BANCO DO BRASIL. Desenvolvimento Regional sustentável. **Profi**, Brasília, ano VIII, nº 30, p. 1-36, janeiro 2005.

WORLDWIDE FUND FOR NATURE (WWF). **Sustainable finance**. Disponível em: <<http://www.wwf.org.uk/filelibrary/pdf/sustainablefinancereport.pdf>>. Acesso em: 20 janeiro 2008.

YOUNG, Ricardo. Os desafios atuais da responsabilidade social empresarial no Brasil. **Idéia Social**, p. 60-61, jun. 2005. Disponível em: <<http://www.oficioplus.com.br/IS01%20-%20Opiiniaio%20Desafios%20RSE.pdf>>. Acesso em: 14 setembro 2007.

ANEXOS

ANEXO 1

Diferenças conceituais (LEVEK, 2006; SUSTENTABILIDADE, 2008):

Crescimento
É o processo que assegura a expansão de estruturas e/ou de funções (em organismos, instituições, área do saber, ...) e que, embora seja complementar ao processo de desenvolvimento, desse se distingue por seu caráter fundamentalmente quantitativo. Assim é possível a ocorrência de crescimento sem que se registrem indicadores de desenvolvimento.
Desenvolvimento
É o processo inicialmente concomitante à fase de crescimento (em um organismo, uma instituição, ...), que mesmo após haver cessado de crescer, caracteriza-se por: (a) ter capacidade permanente de articulações seletivas por meio de adaptações e adequações em relação aos meios (interno e externo) que lhe são pertinentes, (b) apresentar capacidade gradativa de sustentabilidade e © ser capaz de favorecer o desenvolvimento do contexto em que está inserido, por meio de dinâmicas sinérgicas.
Desenvolvimento sustentável
“É o processo político, participativo que integra a sustentabilidade econômica, ambiental, espacial, social e cultural, sejam elas coletivas ou individuais, tendo em vista o alcance e a manutenção da qualidade de vida, seja nos momentos de disponibilização de recursos, seja nos períodos de escassez, tendo como perspectivas a cooperação e a solidariedade entre os povos e as gerações” (SILVA, 2006, 132).
Ecodesenvolvimento
Define-se como um “processo criativo de transformação do meio com a ajuda de técnicas ecologicamente prudentes, concebidas em função das potencialidades desse meio, impedindo o desperdício inconsiderado dos recursos, e cuidando para que estes sejam empregados na satisfação das necessidades de todos os membros da sociedade, dada a diversidade dos meios naturais e dos contextos culturais” (SILVA, 2006, 125). As estratégias serão múltiplas e só poderão ser concebidas a partir de um espaço endógeno das populações consideradas (FEEMA, 1990).
Ecologia
É o termo criado por Hernst Haeckel em 1869, ..., para designar “o estudo das relações de um organismo com seu ambiente inorgânico ou orgânico, em particular, o estudo das relações do tipo positivo ou amistoso e do tipo negativo (inimigos) com as plantas e animais com que convive”.
Responsabilidade socioambiental
É a atitude que se manifesta por meio de práticas cujos indicadores evidenciam: a) o favorecimento da sustentabilidade das pessoas; b) a promoção do desenvolvimento sustentável das organizações e; c) a opção pelo uso de tecnologias mais econômicas e menos impactantes, tendo em vista políticas de (re)inclusão social e melhoria da qualidade de vida no planeta.

ANEXO 2

DECLARAÇÃO DE COLLEVECCHIO SOBRE AS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS E A SUSTENTABILIDADE (BANKTRACK)

As instituições financeiras podem e devem desempenhar um papel positivo no avanço da sustentabilidade socioambiental. A Declaração de Collevocchio, endossada por mais de 200 organizações da sociedade civil, convoca as instituições financeiras a aceitar seis compromissos e a adotar as medidas a seguir apresentadas para implementá-los como uma forma das instituições financeiras obterem suas licenças sociais de operação. Esses compromissos refletem as expectativas da sociedade civil sobre o papel e as responsabilidades que o setor de prestação de serviços financeiros tem na promoção da sustentabilidade.

Seis Compromissos sobre Princípios-chave

Reconhecendo que as instituições financeiras, assim como todas as companhias, existem como criação da sociedade para atuar no interesse público. As instituições financeiras deveriam promover a recuperação e a proteção do meio ambiente e promover os direitos humanos universais e a justiça social. Esses princípios deveriam ser inerentes aos produtos e serviços financeiros que as instituições financeiras oferecem e a maneira como conduzem os seus negócios.

As finanças e a economia têm historicamente permanecido separadas no centro entre a base dos recursos naturais do mundo, a produção e o consumo. À medida que atingimos o limite ecológico sobre o qual toda a economia se baseia, o setor financeiro deveria assumir sua parte de responsabilidade para reverter os efeitos que essa separação tem resultado. Assim, um adequado objetivo das instituições financeiras deveria ser o de melhorar a proteção do meio ambiente e a justiça social do que somente a maximização do retorno financeiro. Para atingir esse objetivo as instituições financeiras deveriam adotar os seguintes seis compromissos:

1. Compromisso com a sustentabilidade

As instituições financeiras deveriam ampliar sua missão da prioridade na maximização do lucro para uma visão sustentável do ponto de vista socioambiental. O compromisso com a sustentabilidade iria requerer que as instituições financeiras integrassem totalmente as considerações sobre as limitações do meio ambiente, a equidade social e econômica em suas estratégias empresariais e em suas principais áreas de negócios (incluindo crédito, investimento, mercado de capitais e assessoramento), a fim de incluir metas de sustentabilidade em igualdade com as da maximização do valor do acionista e da satisfação dos clientes e perseguir ativamente a realização de negócios que promovam a sustentabilidade.

2. Compromisso “de não provocar dano”

As instituições financeiras deveriam comprometer-se a não causar dano, prevenindo e minimizando os impactos negativos sociais e/ou ambientais associados a suas carteiras de ativos e aos seus negócios. As instituições financeiras deveriam criar políticas, procedimentos e padrões baseados no Princípio da Precaução para minimizar dano ambiental e social, melhorar as condições sociais e ambientais onde seus clientes operam e evitar a participação em negócios que ameaçam a sustentabilidade.

3. Compromisso com a responsabilidade

As instituições financeiras deveriam ter total responsabilidade pelos impactos ambientais e sociais decorrentes de seus negócios. As instituições financeiras deveriam também arcar integral e justamente com a parcela dos riscos que aceitam e criam. Isso inclui riscos financeiros, assim como os custos sociais e ambientais que atualmente ficam a cargo das comunidades.

4. Compromisso com a prestação de contas

As instituições financeiras deveriam prestar contas às suas partes interessadas, particularmente aquelas que são afetadas pelas companhias e negócios que financiam. Prestação de contas significa que as partes interessadas deveriam ter uma voz influente nas decisões financeiras que afetam a qualidade do local onde vivem e de suas vidas – ambos visando

assegurar que os direitos das partes interessadas estão protegidos pela lei e por práticas e procedimentos adotados pelas próprias instituições financeiras.

5. Compromisso com a transparência

As instituições financeiras deveriam ser transparentes com as partes interessadas, não somente através da divulgação ampla, regular e padronizada, mas também atendendo às necessidades das partes interessadas por informação especializada sobre as políticas, procedimentos e transações das instituições financeiras. Confidencialidade bancária não deveria ser utilizada como justificativa para sonegar informações às partes interessadas.

6. Compromisso com a sustentabilidade dos mercados e da governança

As instituições financeiras deveriam assegurar que os mercados sejam mais capazes de melhorar a sustentabilidade, dando total apoio a políticas públicas, regulação e/ou mecanismos de mercado que promovem a sustentabilidade e que estimulam o reconhecimento do custo total das externalidades sociais e ambientais.