

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
MBA Negócios Financeiros**

**A VISÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA AGÊNCIA DO BANCO DO BRASIL S.A.,
EMPRESARIAL OESTE – PR QUANTO A IMPORTÂNCIA DA
RESPONSABILIDADE AMBIENTAL**

SALETE MICHELON

**CASCADEL - PR
2009**

SALETE MICHELON

**A VISÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA AGÊNCIA DO BANCO DO BRASIL S.A.,
EMPRESARIAL OESTE – PR QUANTO A IMPORTÂNCIA DA
RESPONSABILIDADE AMBIENTAL**

**Trabalho de conclusão de curso de
Especialização apresentado ao programa de
Pós-Graduação em Finanças da
Universidade Federal do Grande do Sul,
como requisito parcial para a obtenção do
título de Especialista em Finanças.**

Orientador: Prof. Paulo Cesar Delaity Motta

**Cascavel - PR
2009**

SALETE MICHELON

A VISÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA AGÊNCIA DO BANCO DO BRASIL S.A., EMPRESARIAL OESTE – PR QUANTO A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

**Material para consulta na homepage da Biblioteca da Escola de Administração
da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, disponível em
<http://biblioteca.ea.ufrgs.br/index.asp>**

**Conceito final:
Aprovado em 24 de abril de 2009**

BANCA EXAMINADORA

Prof. Paulo Cesar Delaity Motta

Prof. Antonio Maçada

Prof. Eliane Antunes

RESUMO

Este trabalho tem como objeto de estudo analisar o impacto ambiental na visão dos funcionários da agência do Banco do Brasil S.A., denominada Empresarial Oeste - PR. É importante que a organização pautar sua administração considerando as dimensões ambiental, econômica e social, de forma indissociável, evitando o uso do termo “sustentabilidade nas organizações”, somente para expressar suas preocupações com a estabilidade e a perenidade da empresa, com foco exclusivo no campo econômico. Através da abordagem conceitual e ferramental, este estudo sugere uma reflexão sobre a necessidade de se promover a conscientização dos funcionários do banco na questão da prevenção e redução do desperdício de água, luz e reciclagem do papel utilizado dentro da agência e também na sua vida familiar. Com esta conscientização será possível minimizar o impacto ambiental provocado nas atividades empresariais. O presente trabalho aborda, também, algumas questões - embora resumidamente - relativas aos desafios da gestão responsável para a sustentabilidade, o desenvolvimento sustentável, a responsabilidade social corporativa, a responsabilidade dos administradores brasileiros e a função social das empresas, a racionalidade econômica e social e os desafios dos gestores. Os resultados da pesquisa indicam que os colaboradores, embora sensíveis à questão ambiental, necessitam melhorar seu desempenho adotando inteiramente as práticas de ecoeficiência, que encontram-se acessíveis a todos, no *site* de comunicação interna (*intranet*). Ao Banco do Brasil cabe aprimorar a política de disseminação da cultura de ecoeficiência entre seus funcionários e públicos de relacionamento. Foram propostas ações que se implementadas, contribuirão para a consolidação da cultura de ecoeficiência prevista pelo Banco do Brasil S.A., quando da elaboração da sua Agenda 21.

Palavras chave: Sustentabilidade, ecoeficiência, desenvolvimento e meio-ambiente.

LISTA DE APÊNDICES E GRÁFICOS

APÊNDICE A: Formulário de pesquisa	52
GRÁFICO 1: Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de poupança de energia?.....	29
GRÁFICO 2: Já tentou reduzir o impacto ambiental da agência em termos de minimização e reciclagem de resíduos?	30
GRÁFICO 3: Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de prevenção da poluição (como, por exemplo, emissões para a atmosfera e para a água, descargas de efluentes, ruído)?	31
GRÁFICO 4: Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de proteção da natureza? Em caso positivo de Que forma?.....	32
GRÁFICO 5: Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de opções de transporte sustentável?	33
GRÁFICO 6: Pode a sua agência diminuir os custos reduzindo o seu impacto ambiental (por exemplo, reciclando, reduzindo o consumo de energia ou evitando poluir)?	34
GRÁFICO 7: Você identifica na sua agência um programa voltado à sustentabilidade ambiental, redução de resíduos e impacto ambiental? Em caso positivo qual o nome do programa e o objetivo?	35
GRÁFICO 8: Consegue identificar formas da sua agência utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência (por exemplo, através da possibilidade de reciclagem dos produtos, da eficiência energética, etc.)?	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	8
2.1 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL	8
2.1.1 Responsabilidade socioambiental das empresas	11
2.1.2 Gestão ambiental na empresa	14
2.1.3 Ecoeficiência.....	16
2.1.4 Agenda 21 Global	17
2.1.5 Agenda 21 Brasileira.....	18
3 METODOLOGIA	19
3.1 MÉTODO.....	19
3.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	20
3.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	20
3.4 APLICAÇÃO DO INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	21
4 O BANCO DO BRASIL.....	22
4.1 A AGENDA 21 BANCO DO BRASIL	23
4.1.1 Práticas administrativas e negociais com responsabilidade socioambiental	23
4.1.1.1 Programa de uso racional da água – PURÁGUA.....	24
4.1.1.2 Programa nacional de racionalização de impressão – PRONARI.....	24
4.1.1.3 Programa de condicionamento de cartuchos de impressoras.....	25
4.1.1.4 Gerenciamento dos resíduos sólidos– coleta seletiva.....	26
4.1.1.5 Programa de racionalização do consumo de energia elétrica – PROCEN	27
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS	28
5.1 A VISÃO DOS FUNCIONÁRIOS COM RELAÇÃO À QUESTÃO AMBIENTAL ...	28
5.2 AS PRÁTICAS DE ECOEFICIÊNCIA DO BB NA AGÊNCIA EM ESTUDO.....	36
5.2.1 Programa de uso racional da água – PURÁGUA	37
5.2.2 Programa nacional de racionalização de impressão – PRONARI.....	37
5.2.3 Programa de condicionamento de cartuchos de impressoras	38
5.2.4 Gerenciamento dos resíduos sólidos – coleta seletiva	38
5.2.5 Programa de racionalização do consumo de energia elétrica – PROCEN	38
5.3 SUGESTÕES PARA DISSEMINAÇÃO DA CULTURA SOCIOAMBIENTAL	38
5.3.1 Sugestões para redução do consumo de energia.....	40
5.3.2 Sugestões para redução do consumo de água.....	42
5.3.3 Sugestões para reciclagem de resíduos.....	44
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48
APÊNDICE.....	51

1 INTRODUÇÃO

A evolução humana sempre esteve intimamente relacionada com a utilização dos recursos naturais. Se na pré-história esta relação limitava-se a utilização da madeira para aquecer, iluminar ambientes e defender-se de animais selvagens, com o decorrer dos séculos e, principalmente após a Revolução Industrial a exploração dos recursos naturais, com a conseqüente produção de resíduos, intensificou-se fortemente resultando no efeito estufa, um fenômeno universal, crescente e até então considerado irreversível. Os raios solares atravessam a atmosfera e rebatem sobre a Terra, mas o calor fica preso pela camada de gases de efeito estufa que paira sobre o planeta. (CARBONOZERO, 2008).

Entende-se que cabe a todos, pessoas físicas e jurídicas, empreender ações no sentido de melhorar a vida no planeta. Às empresas cabe o esforço cada vez maior de produzir mais, com menos impactos ao meio ambiente.

A responsabilidade socioambiental de uma empresa nasce por uma decisão estratégica, mas ela é vivenciada no dia-a-dia de cada funcionário. Em cada contato com colegas, clientes e fornecedores. Em cada atividade e ação praticada. Essa responsabilidade não se esgota no ambiente de trabalho, ela continua na atuação do funcionário na comunidade (BANCO DO BRASIL 2008).

Dentro deste contexto de desenvolvimento sustentável e respeito ao meio ambiente, este trabalho insere-se no tema da responsabilidade sócio-ambiental. A pesquisa é limitada à agência do Banco do Brasil que está localizada em Cascavel – PR. Com um quadro de 24 funcionários, atende empresas de médio e grande porte e representa uma referência na área de prestação de serviços financeiros na região.

A questão norteadora deste estudo é “Qual é a visão dos funcionários da agência do Banco do Brasil SA., Empresarial Oeste-PR, quanto a importância da responsabilidade ambiental?”. Visando retratar a percepção dos colaboradores da Agência para a questão ambiental e para a política de ecoeficiência do Banco do Brasil S.A., desenvolveu-se o presente estudo de caso.

Como objetivo geral pretende-se determinar a visão dos funcionários da agência do Banco do Brasil SA., Empresarial Oeste-PR quanto a importância da responsabilidade ambiental. Já os objetivos específicos da pesquisa visam definir

como é tratado a utilização de papel por parte dos funcionários da agência do Banco do Brasil SA., Empresarial Oeste-PR; definir o que é feito pela agência e funcionários do Banco do Brasil SA., Empresarial Oeste-PR, em relação ao consumo de energia elétrica e da água; apresentar sugestões de ações a serem implementadas na agência do Banco do Brasil SA., Empresarial Oeste-PR, a fim de minimizar o impacto ambiental.

A pesquisa se justifica na medida em que pode se destacar a preocupação com a preservação do meio ambiente e a questão da responsabilidade ambiental das empresas. É neste norte que o estudo será desenvolvido, ou seja, sugerir ações que possam ser implementadas para melhorar o impacto ambiental, gerados na atividade empresarial, tais como: utilização de papel, deslocamentos a serviço, consumo de energia elétrica.

Método escolhido para a realização do estudo foi de estudo de caso, sendo a análise descritiva, de caráter quantitativo. Os dados foram coletados de fontes primárias e secundárias. Os dados primários foram obtidos através da observação participante e da aplicação de um questionário de 08 questões, entre os funcionários da agência, totalizando vinte respondentes. A pesquisa foi realizada durante o mês de maio de 2008.

O resultado deste estudo, poderá ser ampliado para as demais Agências do Banco do Brasil, uma vez que a proposta encontra eco com a política da empresa, tradicionalmente engajada com os princípios de responsabilidade sócio-ambiental, sendo que práticas de preservação do meio ambiente adotadas por uma empresa com a envergadura do Banco do Brasil S.A., além dos benefícios mercadológicos de valorização da marca e imagem, poderão contribuir para ampliar a consciência ambiental em toda a rede de Agências, atingindo inclusive seus milhares de clientes pessoas físicas e jurídicas. Este efeito multiplicador poderá gerar novas ações que contribuirão para viabilidade do planeta.

O trabalho está assim estruturado: No presente capítulo apresenta-se a justificativa para a realização da pesquisa juntamente com os objetivos a serem alcançados. O capítulo dois traz a fundamentação teórica, abordando assuntos voltados a sustentabilidade e responsabilidade social das empresas, hoje consideradas co-responsáveis na manutenção das condições ideais para a continuidade da vida na terra. Na sequência, a metodologia descrição do método e

instrumentos utilizados para coleta dos dados. O capítulo quatro é dedicado à empresa pesquisada e, finalmente, nos títulos cinco e seis são apresentados os dados da pesquisa realizada, sua análise, seus resultados, culminando nas considerações finais relacionadas ao contexto da pesquisa bibliográfica.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O objetivo deste capítulo é apresentar a fundamentação teórica para o tema de estudo. Com este objetivo, foram revisadas as idéias relacionadas com o tema proposto, através de alguns autores.

Inicialmente ressaltaremos alguns conceitos sobre desenvolvimento sustentável, gestão das empresas diante deste novo contexto, mecanismos de desenvolvimento limpo.

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

Atualmente, as empresas estão mais conscientes a respeito dos problemas ambientais. Assim, adotam como estratégia de negócio a gestão ambiental, e de acordo com Kraemer (2004, p. 109) gestão ambiental é “o sistema que inclui a estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental”. É o que a empresa faz para minimizar ou eliminar os efeitos negativos provocados no ambiente por suas atividades. Observa-se, que as empresas que desenvolvem planejamento estratégico e procedimentos para preservar o meio ambiente, minimizam desta forma os efeitos negativos causados pela fabricação dos produtos.

Diante disso, preservar o meio ambiente significa deixar de produzir determinados produtos que afetem o ecossistema ou investir em novas tecnologias para fabricá-los. O maior problema gerado por esta situação é que o produto chegará até o consumidor com um alto custo para sua aquisição. Assim, as empresas adotar uma política de controle ambiental que vise o estudo de novas tecnologias que possam contribuir para identificar e prever os possíveis impactos ambientais sobre a organização. Desta forma, a organização poderá desenvolver estratégias para diminuição do preço do produto vendido para o consumidor final. Seiffert (2005, p. 23) descreve gestão ambiental como sendo:

A política ambiental, que é o conjunto de princípios concernentes à regulamentação ou modificação no uso, controle, proteção e conservação do ambiente. O planejamento ambiental, que visa à adequação do uso, controle e proteção do ambiente às aspirações sociais e/ou governamentais. O gerenciamento ambiental, que são as ações destinadas à regular o uso, controle, proteção, e conservação do meio ambiente, e a avaliar a conformidade da situação com os princípios estabelecidos pela política ambiental.

Portanto, as empresas que praticam a política, o planejamento e o gerenciamento ambiental conseguem criar princípios e controles para a conservação e proteção do meio ambiente. Segundo Ferreira (2003, p. 31): “As empresas que não incluem a gestão ambiental em todos os seus níveis administrativos correm o risco de desaparecer do mercado nos próximos anos”.

As empresas que adotarem a gestão ambiental com os princípios da responsabilidade, consciência de preservação e postura ética no mercado, continuarão existindo. Identifica, estima, aloca, administra e reduzem os custos, particularmente os tipos ambientais de custos; Percebe-se, que a contabilidade ambiental oferece inúmeros benefícios para o crescimento da organização. Neste sentido, os relatórios fornecidos para o gestor têm o intuito de informá-lo gerencialmente e contribuir para possíveis financiamentos junto aos bancos, para o desenvolvimento de projetos de preservação e aquisição de novas tecnologias para reduzir os impactos ambientais. A gestão ambiental é uma ferramenta importante para o desenvolvimento e crescimento da organização no mercado. A empresa que adotar a política de preservação ambiental poderá tornar-se uma entidade de sucesso.

A imagem hoje de uma empresa ou organização é como as pessoas em geral recebem esta empresa em seu meio social. As empresas que estão desenvolvendo projetos e ajudam o meio ambiente tem uma relação forte e são consideradas empresas que praticam a responsabilidade social. Conforme Lucca (2005, p. 26) “A responsabilidade social é considerada um fenômeno que obriga as empresas a repensarem seu papel no mundo dos negócios”. Neste novo cenário, as decisões de uma empresa estão sendo tomada através da postura ética e por meio das ações sócio ambiental, que com estas ações acaba valorizando sua imagem. Donaire (1999, p. 21) define: “Responsabilidade social é fundamentalmente um conceito ético que envolve mudanças nas condições de bem-estar e está ligada às dimensões sociais das atividades produtivas e suas ligações com a qualidade de

vida na sociedade”. Traçando um paralelo entre os dois autores têm-se uma visão diferente: o autor Lucca (2005) argumenta que as empresa tem que mudar seu papel com a comunidade, pois com este propósito ela se beneficia economicamente na realização de seus negócios; enquanto o autor Donaire (1999) acredita que através da responsabilidade social adotada pelas empresas torna-se um fator muito importante para o crescimento e desenvolvimento da comunidade aonde atua.

a) Conforme Lucca (1998 p. 17), “O compromisso social de uma empresa, é, sem duvida, muito maior hoje do que há alguns anos. Isso porque a empresa vem se tornando uma das peças fundamentais para o desenvolvimento econômico e social de uma nação”. Certamente que as empresa visam lucro com a responsabilidade social, mas também sabem da importância em ajudar a minimizar os impactos ambientais.

b) Tachizawa (2002, p. 24) explica que a responsabilidade social, “torna-se importante instrumento gerencial para a capacitação e criação de condições de competitividade para as organizações, qualquer que seja seu segmento econômico”. Neste mercado globalizado, a empresa que desenvolver ações sociais para a preservação do meio ambiente se tornará mais competitiva no mercado.

Observa-se, que os autores Lucca (2005/1998) e Tachizawa (2002) têm o mesmo pensamento eles acreditam que a responsabilidade social praticada pelas empresas esta relacionada com o benefício do lucro.

Segundo a Revista Veja (2008, p. 96,) “a humanidade já consome mais recursos materiais que o planeta é capaz de repor. O colapso é visível nas florestas, oceanos e rios. O ritmo atual de consumo é uma ameaça para a prosperidade futura da humanidade”. Segundo a Revista Hoje (2008) o atual consumo dos recursos naturais supera os 30% da capacidade de recuperá-lo, ou seja, a natureza não consegue repor tudo que o bicho-homem extrai dela.

Para Vieira (1997), a destruição da natureza ou da base material da produção caracteriza a crise ecológica como uma crise de civilização, isso porque as teorias de desenvolvimento econômico do século XX, assim como as políticas econômicas decorrentes, sempre ignoraram a condicionalidade ambiental, considerada apenas uma externalidade.

O desenvolvimento, concilia a geração de riquezas, com a melhora da qualidade de vida da população, levando em consideração a qualidade ambiental do

planeta. Em seu sentido mais amplo, a estratégia de desenvolvimento sustentável visa promover a harmonia entre os seres humanos e entre a humanidade e a natureza. Assim, o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades, conforme “Relatório Nosso Futuro Comum”, elaborado pela Comissão de Brundtland. Conforme Cavalcanti (1995), a proteção do ambiente é imprescindível para alcançarmos o desenvolvimento Sustentável, devendo ser entendida como parte integrante do processo de desenvolvimento e não pode ser considerada isoladamente. O autor ressalta que é necessário fazer uma distinção entre crescimento e desenvolvimento. O crescimento não conduz automaticamente à igualdade nem à justiça social, pois não leva em consideração nenhum outro aspecto da qualidade de vida a não ser o acúmulo de riquezas.

2.1.1 Responsabilidade socioambiental das empresas

A integração dos mercados, quedas de barreiras comerciais, evolução tecnológica, aumento do fluxo de informações, tudo em um curto espaço de tempo forçou as empresas a mudar radicalmente suas estratégias de negócio e padrões gerenciais para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades decorrentes da ampliação dos mercados potenciais, e do surgimento de novos concorrentes e novas demandas da sociedade (ETHOS, 2007).

Dentro deste novo contexto, o desafio para as empresas passa a ser conquistar níveis cada vez maiores de competitividade e produtividade, além da preocupação crescente com sua legitimidade social. As empresas passam a investir em qualidade, num aprendizado dinâmico que se volta inicialmente para os produtos, evolui para a abordagem dos processos, até chegar ao tratamento abrangente das relações compreendidas na atividade empresarial, com os empregados, fornecedores, consumidores, clientes e o meio ambiente.

Assim, a empresa passa a ver seu verdadeiro papel na sociedade, pois uma empresa existe e se mantém viva enquanto estiver atendendo a uma demanda da sociedade, se esta demanda cessar, a empresa simplesmente deixa de existir. A

sociedade passou a valorizar cada vez mais a proteção do meio ambiente realizada pelas empresas (MOREIRA, 2001). Assim, a busca de procedimentos, mecanismos, arranjos e padrões comportamentais desenvolvidos pelas empresas marcam aquelas que são mais ou menos capazes de responder aos anseios da sociedade. O papel das organizações atualmente é voltado para a valorização das questões de caráter social e político, tornando com isso mais complicado o papel do administrador. Estas mudanças têm influenciado o processo de formação dos novos administradores e o treinamento dos atuais é intensificado para que possibilitem uma postura estratégica que antecipa as mudanças que irão surgir. (DONAIRE, 1999).

Neste sentido, o relacionamento entre empresas e sociedade passa a ocorrer de diferentes maneiras, algumas agem de maneira predatória e exploradora em relação ao bem comum, prejudicando a população e degradando o meio ambiente. Outras desenvolvem uma gestão balizada pelos interesses e contribuições de seus *stakeholders* e têm como objetivos a qualidade nas relações e a sustentabilidade econômica, social e ambiental.

A solução dos problemas ambientais ou a motivação para sua minimização, exige uma nova atitude dos empresários e administradores, que devem passar a considerar o meio ambiente em suas decisões e adotar concepções administrativas e tecnológicas que contribuam para ampliar a capacidade de suporte do planeta. Espera-se que as empresas deixem de ser problemas e seja parte das soluções (BARBIERI, 2007). A empresa que apresenta um nível mínimo de gestão ambiental geralmente possui um departamento de meio ambiente, responsável pelo atendimento às exigências do órgão ambiental. A implantação do sistema de gestão ambiental (SGA) proporciona o envolvimento da empresa como um todo, e a responsabilidade ambiental é disseminada a cada setor, seja da área operacional, da área de compras, de projetos de administração, de serviços gerais, etc. Quando todos passam a enxergar as questões ambientais sob a mesma ótica, as soluções criativas começam a surgir, explorando-se as oportunidades de aproveitamento dos rejeitos, substituição de insumos, eliminação de perdas nos processos, reciclagem, redução do consumo de energia, utilização de combustíveis alternativos, mudanças tecnológicas, etc. Este é o diferencial que o sistema de gestão ambiental proporciona a empresa (MOREIRA, 2001).

Segundo North (1992 *apud* PASSOS; CÂMARA, 2003), os benefícios da gestão ambiental são inúmeros de ordem econômica e estratégica. Os benefícios econômicos envolvem a redução de alguns custos e o incremento das receitas derivadas da atuação inovadora verde. Os benefícios estratégicos incluem a melhoria da imagem institucional ao compromisso da alta gerência ao chão de fábrica e a elevação da demanda por produtos sustentáveis. E ainda a melhoria na relação com o meio ambiente beneficia a produtividade, trazendo benefícios para o processo e para o produto. A inclusão de uma dimensão ambiental na empresa faz com que os objetivos e propósitos da empresa deixem de ser puramente econômicos e influem na estrutura organizacional e no planejamento estratégico.

Para Porter (1995), 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. Neste sentido, observa-se que as empresas estão procurando, cada vez mais, desenvolver sistemas de gestão ambiental, em busca de inovações, que lhes permitam tornarem-se mais lucrativas, numa relação com o meio ambiente, tornando-as dessa forma mais competitivas e fazendo com que se enquadrem dentro dos princípios do desenvolvimento sustentável.

Assim, o grande desafio dos gestores no mundo dos negócios é como produzir de maneira a atenuar o esgotamento dos recursos naturais ou sem agredir o meio ambiente. Cada vez mais, as mutações mercadológicas exigem das empresas brasileiras um tipo de sistema aberto, sendo neste aspecto imprescindível certificações de qualidade, postura social arrojada, e ações ambientais corretas, segundo Tachizawa (2002, p. 79):

[...] esses novos modelos e seus usuários sofisticados, que se revestem na figura dos gestores do futuro, irão exigir cada vez mais trabalho em equipe, intercâmbio de informações, compartilhamento no processo decisório e outras práticas de administração que levem em conta o fato de que responsabilidade social e ambiental, produtividade, qualidade e serviço ao cliente não são mais vantagens competitivas.

Vê-se, portanto, o surgimento de um novo desenho organizacional e uma organização diferente do tipo hierarquizada, como preconizada por Taylor, Fayol e Ford (CHIAVENATO, 2002), com valores mais aguçados como a questão ambiental que tornou-se algo fundamental a ser incorporado a qualquer planejamento estratégico empresarial. Exige-se, portanto, que as empresas promovam o

desenvolvimento sustentável na tentativa de construir uma nova economia. Para Almeida (2002), não há conflito entre lucratividade e gestão ambiental com responsabilidade social, na prática, ambas podem harmonizar-se.

2.1.2 Gestão ambiental na empresa

A gestão ambiental foi definida por Maimon (1999), como um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma organização na sua interface com o meio ambiente. É uma forma pela qual a empresa se mobiliza, interna e externamente, para conquista da qualidade ambiental desejada. A ISO 14000 define, o Sistema de Gestão Ambiental como a parte do Sistema de Gestão Global que inclui a estrutura organizacional, o planejamento de atividades, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para o desenvolvimento, implantação, alcance, revisão e manutenção da política ambiental. Implementar um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), baseado na norma ISO 14000, implica numa tomada de consciência do papel da empresa na sociedade bem como a aceitação de sua co-responsabilidade em relação à biosfera.

Segundo Maimon (1999), o Sistema de Gestão Ambiental da ISO 14001 representa um processo de mudança comportamental e gerencial na organização, cuja implementação deve ser conduzida de modo participativo e integrado. Para o sucesso da implementação, é necessário que haja consenso em todos os níveis hierárquicos da empresa quanto à sua importância, e que não represente uma imposição gerencial, devendo haver integração das funções com responsabilidade de linha e comprometimento da alta direção da empresa.

Faz-se necessário ressaltar, que da mesma forma como ocorreu com outros conceitos ligados à Administração, o termo Gestão Ambiental vem, continuamente, mudando seu enfoque. No passado a gestão ambiental limitava-se ao gerenciamento apenas dos resíduos sólidos, líquidos e gasosos gerados no processo de fabricação. Hoje este conceito foi ampliado, uma vez que as empresas devem atentar também para o gerenciamento de problemas ligados as embalagens contaminadas, resíduos de manutenção, ruídos, lixo doméstico, entre outros. Além disso, a preocupação ambiental deixou de ser uma obrigação legal para se tornar

um assunto estratégico da empresa revelando-se um fator importante para a sua competitividade. As empresas estão cada vez mais empenhadas em atingir e demonstrar um desempenho mais satisfatório em relação ao meio ambiente. Neste sentido, a gestão ambiental tem se configurado como uma das mais importantes atividades relacionadas com qualquer empreendimento.

Saber o quanto custa para a empresa o impacto ambiental é uma fator importante, Donaire (1995, p. 65), afirma que:

[...] a repercussão da questão ambiental dentro da organização e o crescimento de sua importância ocorrem a partir do momento em que a empresa se dá conta de que essa atividade, em lugar de ser uma área que só lhe propicia custos/despesas, pode transformar-se em um excelente local de oportunidades de redução de custos, o que pode ser viabilizado, seja através do reaproveitamento e venda de resíduos e aumento das possibilidades de reciclagem, seja por meio da descoberta de novos componentes e novas matérias-primas que resultem em produtos mais confiáveis e tecnologicamente mais limpos.

Segundo Leonardo (2001), a mensuração do impacto deve ser feito pelos resultados que pode acarretar tanto para a empresa como para o meio ambiente. Sendo os estudos decorrentes das ações voltadas para a recuperação do meio ambiente degradado, para a prevenção de novas degradações, para a reciclagem de materiais utilizados e para o monitoramento dos níveis de poluição. De acordo com Maimon (1999), o correto equacionamento e levantamento dos custos ambientais nas empresas podem apresentar boas surpresas. Para o autor é possível que neste levantamento, se encontre custos, desperdícios que podem afetar substancialmente o fluxo de caixa da empresa.

Segundo Melo Neto e Froes (2001), uma empresa socialmente responsável, no campo da preservação ambiental, destaca-se pela sua excelência em política ambiental, pela sua atuação como agente de fomento do desenvolvimento sustentável local e regional, e de preservação da saúde, da segurança e da qualidade de vida de seus empregados e da comunidade situada ao seu redor, e pela inserção da questão ambiental.

Para ser sustentável, uma empresa ou empreendimento tem que buscar, em todas as suas ações e decisões, em todos os seus processos e produtos, e permanentemente, a ecoeficiência. Segundo Becker (2002), tem que produzir mais e melhor com menos: mais produtos de melhor qualidade, com menos poluição e menos uso dos recursos naturais.

2.1.3 Ecoeficiência

Ecoeficiência é a forma pelo qual os gestores se baseiam para gerir e direcionar as atividades empresariais (processos produtivos bens e serviços) e seus impactos ao meio ambiente. É uma filosofia de gestão empresarial que incorpora a gestão ambiental.

Ser ecoeficiente implica em adotar uma visão estratégica inovada e renovada de forma constante, contribuindo, assim, com o processo de desenvolvimento socioeconômico do país, A seguir os elementos da ecoeficiência, segundo Almeida (2002):

- redução do consumo de energia com bens e serviços;
- redução de emissão de substâncias tóxicas;
- intensificação de reciclagem de materiais;
- maximização do uso de recursos renováveis;
- prolongamento da durabilidade dos produtos;
- agregação de valor aos bens e serviços.

A diminuição dos impactos ambientais, através da redução da entrada de materiais (recursos naturais, água, ar e energia) por unidade de produção, transforma-se em um aumento da produtividade. O uso mais produtivo dos recursos faz as empresas mais competitivas, criando na prática uma ligação entre a liderança ambiental e viabilidade econômica.

A ecoeficiência engloba ferramentas tais como a prevenção da poluição, redução na fonte, redução de resíduos, minimização de resíduos e produção limpa, traduzindo a idéia de redução da poluição através de mudanças no processo.

As companhias podem melhorar sua performance ambiental e economizar dinheiro através da redução do uso de vários insumos no seu processo produtivo. Algumas organizações já estão adotando princípios e práticas da ecoeficiência, integrando a excelência ambiental em sua filosofia corporativa; definindo metas para melhorar a performance, ao mesmo tempo que introduzem sistemas para auditá-las e medi-las; assumindo responsabilidade pelos seus produtos no seu ciclo de vida

completo; sendo inovativa no desenvolvimento de novos processos e produtos e colocando ênfase em prevenir a poluição, ao invés de pagar para limpar.

Schalteger et al.(1990), define ecoeficiência como sendo a ligação entre atividades empresariais e o desenvolvimento sustentável, englobando tanto o desempenho econômico quanto o ecológico (SCHALTEGER, *apud* PEDRINI 2008).

Lehni, (2000 *apud* PEDRINI, 2008), entende ecoeficiência como a oferta de bens e serviços a preços competitivos, de forma a satisfazer as necessidades dos clientes e ao mesmo tempo reduzir os impactos ambientais causados pela sua produção e utilização em todo o seu ciclo de vida, respeitando a capacidade de sustentação estimada para o planeta terra.

As empresas imbuídas deste pensamento e que incorporam em sua estratégia o compromisso de gerar resultados sem comprometer os interesses da sociedade e sem degradar o meio ambiente, são consideradas socioambientalmente responsáveis. Isto resulta numa mudança nas relações econômicas, político-sociais, culturais e ecológicas. A natureza deve deixar de ser vista como fornecedora eterna de recursos passando a ser integrante de um sistema que precisa ser preservado e assim manter a viabilidade da vida na terra.

2.1.4 Agenda 21 Global

Em 1992, no Rio de Janeiro, realizou-se a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento – a Cúpula da Terra – ou RIO-92, reunindo representantes de 179 países. A Agenda 21, documento que resultou dessa conferência, selou um compromisso entre as nações participantes de segui-la como um grande guia para a promoção de ações que estimulem a integração entre o crescimento econômico, a justiça social e a proteção ao meio ambiente.

Cada país se comprometeu a definir sua própria Agenda, fixando prioridades, envolvendo a sociedade e governo, promovendo parcerias e introduzindo meios de implementação capazes de reverter os processos de insustentabilidade em curso.

2.1.5 Agenda 21 Brasileira

A Agenda 21 Brasileira foi constituída tendo por base não só a análise das potencialidades do País, mas também as fragilidades, reconhecidas historicamente, no nosso processo de desenvolvimento. Não se trata de um plano de governo, mas um compromisso da sociedade em termos de escolha de cenários futuros. A construção de uma Agenda 21 pressupõe a consciência dos cidadãos sobre o papel ambiental, econômico, social e político que desempenham em sua comunidade.

O governo brasileiro incorporou a Agenda 21 Brasileira no Plano Plurianual 2004-2007, instrumento que estabeleceu as diretrizes, os objetivos e as metas da administração pública para operar despesas e programas de duração continuada (BANCO DO BRASIL 2008).

3 METODOLOGIA

Este capítulo apresenta o tipo de pesquisa deste estudo, bem como os instrumentos para a coleta de dados, a amostra que fez parte da pesquisa na coleta de dados e a maneira como estes foram tabulados e apresentados.

3.1 MÉTODO

O estudo foi realizado junto aos funcionários da Agência do Banco do Brasil denominada Empresarial Oeste – PR, através de estudo de caso, sendo a análise descritiva, de caráter quantitativo. Segundo Richardson (1999), este método representa a intenção de garantir a precisão dos resultados, além de evitar distorções de análise e interpretação, possibilitando, uma margem de segurança quanto às interferências. Para o autor os estudos de natureza quantitativa descritiva propõem-se a descobrir as características de um fenômeno como tal e para que isto ocorra deve ser considerado como objeto de estudo uma situação específica. Ainda segundo o autor este tipo de estudo deve ser realizado quando se pretende obter melhor entendimento do comportamento de diversos fatores e elementos que influem sobre determinado fenômeno. Neste caso o fenômeno estudado é O impacto ambiental na visão dos funcionários da agência do Banco do Brasil S.A., denominada Empresarial Oeste - PR

Segundo UFRGS (2007), o método é utilizado, quando se deseja analisar um determinado fenômeno em uma ou mais organizações e “Têm como objetivo descrever de modo sistemático o fenômeno estudado na organização de referência (processos, comportamentos, situações, [...], valendo-se de múltiplas fontes de dados e de diferentes métodos de coleta”.

3.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados de fontes primárias e secundárias. Os dados primários foram obtidos através da aplicação de um questionário entre os funcionários da agência em estudo, totalizando vinte respondentes, durante o mês de maio de 2008. O questionário segundo Gil (1991, p. 124) “é a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc”. O objetivo da aplicação deste questionário foi levantar a percepção do grupo de funcionários da Agência do Banco do Brasil em relação às questões e políticas ambientais utilizadas na empresa. Foram também coletados dados primários através da observação participante. Estes dados referem-se à aplicação dos programas de ecoeficiência do BB na unidade em estudo. Conforme Marconi e Lakatos (2002), esta é uma técnica de coleta de dados para conseguir informações, sendo que o observador utiliza os sentidos para obter determinados aspectos da realidade. “Não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que se deseja estudar”.

Os dados secundários foram coletados através de dados obtidos junto ao Banco do Brasil e material bibliográfico acerca do assunto tratado neste estudo.

3.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

O estudo foi realizado na Agência do Banco do Brasil S.A., denominada Empresarial Oeste – PR, localizada à Avenida Brasil 5621 em Cascavel – PR, no período de janeiro a junho de 2008.

3.4 APLICAÇÃO DO INSTRUMENTO DE PESQUISA

A pesquisa foi realizada durante mês de maio de 2008. através da aplicação de um questionário com oito questões, distribuído para todo o corpo funcional da Agência do Banco do Brasil, denominada Empresarial Oeste PR, localizada em Cascavel – PR. A dotação da agência é de vinte e quatro funcionários, sendo que dos questionários entregues, retornaram vinte respondidos.

Segundo Beuren (2003, p. 130), a coleta de dados pode ser realizada na forma de questionário, constituído por uma série de perguntas abertas ou fechadas, que devem ser respondidas por escrito pelo informante, sem a presença do pesquisador.

O objetivo foi conhecer a percepção deste grupo para a questão ambiental, relacionada com o impacto causado pelas atividades da Agência do Banco do Brasil S.A., em estudo.

Na aplicação do questionário utilizou-se da amostra probabilística casual simples, pois, nesse tipo de amostra, todos os elementos da população têm igual probabilidade, e diferente de zero, de serem selecionados para compor a amostra, segundo Gil (1991, p. 97) “Amostra é uma pequena parte dos elementos que compõem o universo. Quando essa amostra é rigorosamente selecionada, os resultados obtidos no levantamento tendem a aproximar-se bastante daqueles que seriam obtidos caso fosse possível pesquisar todos os elementos do universo”.

As questões do questionário constam no site, www.serasa.com.br. A escolha recaiu naquelas que guardavam consonância com o tema, objetivo, revisão literária e com programa de ecoeficiência implementado pelo Banco do Brasil S.A

4 O BANCO DO BRASIL

Com 24,6 milhões de clientes correntistas, 15,1 mil pontos de atendimentos em 3,1 mil cidades e 22 países, o Banco do Brasil encontra-se entre as maiores instituições financeiras do País, atendendo a todos os segmentos do mercado financeiro.

Em 200 anos de existência, o primeiro banco a operar no País coleciona histórias de pioneirismo e liderança. Foi o primeiro a entrar para a bolsa de valores; a lançar cartão de múltiplas funções; a lançar o serviço de *mobile banking*, a se comprometer com uma Agenda 21 Empresarial e a aderir aos Princípios do Equador.

Essas vitórias são resultado dos investimentos em tecnologia, do treinamento de 82,5 mil funcionários, da estratégia de segmentação dos mercados, do atendimento especializado e da busca constante por eficiência. Tudo isso, aliado à tradição da Empresa, fez do Banco do Brasil uma organização ágil, moderna e competitiva, com capacidade de atender as mais diversas demandas de negócios do País.

O engajamento do Banco do Brasil com os princípios de responsabilidade socioambiental é parte da tradição do Banco. Como um dos principais agentes do desenvolvimento econômico e social do País, o Banco impulsiona a economia e o desenvolvimento dos municípios onde atua ao financiar a agricultura familiar, o agronegócio, o comércio exterior, as micro e pequenas empresas, entre outros.

A partir de fevereiro de 2003, essa postura se acentua com a criação da Unidade Relações com Funcionários e Responsabilidade Socioambiental, mais tarde transformada em Diretoria (maio 2004), com a missão de integrar esforços e coordenar o processo de disseminação da postura de responsabilidade socioambiental para todas as áreas do Banco do Brasil.

Para que se faça presente no cotidiano organizacional, os princípios de responsabilidade socioambiental permeiam as políticas e a estratégia corporativa do Banco do Brasil, sendo, portanto, parte integrante do discurso e do processo de tomada de decisão de todas as áreas do BB.

Como se pode verificar, o aprofundamento da postura de responsabilidade socioambiental do Banco do Brasil é mérito de todas as áreas do BB, representadas

por seus funcionários. Pode envolver a criação de novos produtos/serviços, a ação social junto às comunidades em que atua, mas realiza-se, principalmente, pela mudança nas premissas que embasam a tomada de decisão e a realização dos negócios e demais atividades administrativas do Conglomerado.

4.1 A AGENDA 21 BANCO DO BRASIL

Com o propósito de contribuir para o desenvolvimento sustentável, em 01.06.2004, o Banco do Brasil assinou com o Ministério do Meio Ambiente uma Declaração de Compromisso manifestando sua disposição de criar e implementar uma Agenda 21 Empresarial.

Três anos após a assinatura da declaração, o Banco do Brasil cumpriu a promessa e lançou sua Agenda 21. Nela são descritos os compromissos do BB com a sustentabilidade econômica, social e ambiental de seus negócios. Com o documento o BB, única companhia bicentenária no Brasil, dispôs-se a compartilhar sua caminhada e a experiência adquirida no processo, estimulando o empresariado nacional a criar suas próprias Agendas 21.

A Agenda 21 do BB, divide-se em três grandes eixos:

- negócios com foco no desenvolvimento sustentável;
- práticas administrativas, negócios com responsabilidade socioambiental;
- investimento social privado.

4.1.1 Práticas administrativas e negociais com responsabilidade socioambiental

Considerada um dos três grandes eixos da sua Agenda 21, o Banco do Brasil elaborou o que chamou de “As Práticas Administrativas e Negociais com Responsabilidade Socioambiental”. De acordo este eixo o BB aprovou a implantação do seu Programa de Ecoeficiência, a seguir descrito:

4.1.1.1 Programa de uso racional da água – PURÁGUA

O Purágua visa a racionalização e a redução do consumo de água nos imóveis do Banco, por meio do investimento em tecnologia e mudança de processos. Foi incorporado ao Programa de Ecoeficiência em virtude da sua característica de mapeamento e redução de consumo de insumos.

Conduzido pela Diretoria de Logística - Dilog, prevê a realização de adequação nas instalações hidráulico-sanitárias e outras medidas para redução do consumo de água, contemplando o respeito ao meio ambiente, a redução de despesas e a ação social.

Semestralmente, o consumo de água será acompanhado pelo Relatório de Vistoria Semestral. O consumo de água é um dos indicadores selecionados para acompanhar a implementação do sistema de gestão ambiental do Banco do Brasil, o Programa de Ecoeficiência no BB.

4.1.1.2 Programa nacional de racionalização de impressão – PRONARI

O mapeamento de processos, a redução do consumo e o aumento da eficiência operacional são objetivos importantíssimos para a implementação de um sistema de gestão ambiental.

O Programa de Ecoeficiência incorporou nas suas ações o PRONARI, conduzido pela Diretoria de Tecnologia-Ditec. Este programa dá início a uma nova era no que diz respeito à impressão corporativa. Numa etapa inicial, o PRONARI vem procurando mapear os atuais ambientes de impressão do Banco, projetar novos ambientes de forma padronizada, redefinir os fluxos de documentos, buscar a racionalização e a otimização do uso dos recursos de impressão e, por consequência, reduzir os custos de impressão através do uso de um sistema de gestão.

Iniciativas que estão sendo implementadas pelo PRONARI:

- padronização da resolução das impressoras laser em 600 dpi e diminuição do nível de escurecimento de toner de 8 para 4, sem prejuízo da qualidade de impressão, gerando 25% de redução do consumo de toner;
- padronização do uso de impressão frente e verso, reduzindo significativamente o consumo de papel;
- redistribuição, otimização e padronização do parque de impressão (adoção de ilhas de impressão);
- maior produtividade, com menor incidência de manutenções corretivas;
- eficácia no estabelecimento da política de impressão corporativa e melhoria na administração dos consumíveis;
- utilização plena das funcionalidades das impressoras multifuncionais (cópias digitais, fax, scanner e impressão);
- disponibilização de Manuais de Usuários através da Intranet Corporativa, inclusive como imprimir com senha;
- aquisição de software para o Gerenciamento e Contabilização de Impressão e dos Recursos Multifuncionais (SGI) para todo o BB, propiciando maior controle sobre as impressões e conseqüente redução nos insumos.

4.1.1.3 Programa de condicionamento de cartuchos de impressoras

A reciclagem e reutilização fazem parte das políticas adotadas pelo Banco do Brasil na construção de seu Programa de Ecoeficiência.

Desde 1999, o Banco tem por política reciclar as carcaças dos cartuchos usados de toner ou tinta. Tal prática, além de evitar o descarte dos cartuchos plásticos no meio ambiente, possibilita a economia com o processo de compra de material.

O recondicionamento de cartuchos contempla a limpeza total das carcaças, a substituição de todas as suas peças internas por novas e a adição de toner ou tinta. Ao final do processo, o cartucho vai apresentar qualidade equivalente à de um novo, com um custo 50% menor.

O recondicionamento se diferencia do processo usualmente adotado pelo mercado denominado de recarga, que, por consistir apenas na adição de toner ou tinta, não atende às necessidades do Programa. Para garantir a qualidade dos serviços de recondicionamento é importante observar a especialização das empresas a serem contratadas para prestar esse serviço.

4.1.1.4 Gerenciamento dos resíduos sólidos– coleta seletiva

O Programa de Ecoeficiência preconiza o monitoramento sistematizado da entrada de insumos e da saída de resíduos do BB, visando sua identificação e documentação para posterior certificação da Empresa em gestão ambiental.

A destinação adequada dos resíduos sólidos gerados no Banco, além de ambientalmente correta, faz parte de sua política de relacionamento com a sociedade e da sua responsabilidade socioambiental. O gerenciamento ainda permite o efetivo controle da entrada e saída de insumos na dependência.

O gerenciamento de resíduos sólidos pode ser separado em duas grandes fases:

- a coleta seletiva, que prevê a correta separação dos resíduos conforme suas características e possibilidades de reciclagem; e
- a destinação a associações ou cooperativas de catadores, gerando emprego e renda ou ainda a comitês de cidadania que poderão beneficiar projetos sociais com a renda obtida com a venda desse material.

A implantação do gerenciamento obedecerá plano estratégico e cronograma específicos. Dentre as ações previstas na implementação, destacamos a capacitação do funcionário que, por meio da disseminação de princípios e

procedimentos previstos na rotina, promove a conscientização da importância do tema no nosso cotidiano.

4.1.1.5 Programa de racionalização do consumo de energia elétrica – PROCEN

O mapeamento do consumo e a redução fazem parte da política dos 3Rs visando promover uma gestão de recursos eficiente.

Conduzido pela Diretoria de Logística-Dilog, o PROCEN realiza a gestão do uso de energia elétrica nos imóveis do Banco do Brasil, próprios ou de terceiros, ocupados ou não, objetivando os aspectos de qualidade, racionalização e redução do consumo, sem que haja prejuízo da produtividade, funcionalidade, segurança e conforto dos usuários.

Por meio da substituição de equipamentos, da manutenção dos sistemas elétricos e da gestão do condicionamento do ar busca-se aumentar a eficiência do uso de energia elétrica, reduzindo o impacto ambiental do Banco do Brasil sobre a produção de energia brasileira.

A administração predial deverá acompanhar o consumo, mantendo atualizado o Sistema Material – Racionamento de Energia.

Estas ações desenvolvidas pelo Banco do Brasil devem ser repassadas continuamente para todos os funcionários do banco, além disso, é importante que as ações sejam divulgadas para os clientes tomarem conhecimento do que o banco está fazendo em relação ao impacto ambiental.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise dos dados coletados teve como objetivo organizar os dados que possibilitassem o fornecimento das respostas ao problema proposto; desta forma, pode-se apurar os resultados no sentido de oferecer sugestões à organização.

Na análise das respostas do questionário observou-se que a preocupação maior do grupo pesquisado refere-se a utilização do papel, sendo que a maioria tem conhecimento do programa PRONARI, voltado à sustentabilidade ambiental, redução de resíduos e impacto ambiental. Além da forte campanha interna o sucesso do programa, certamente advém da normatização recente de alguns procedimentos internos. Atualmente o Banco não permite a impressão e manutenção nos dossiês de operações de crédito, de informações (exemplo: pesquisas cadastrais, instruções normativas, etc), que possam ser recuperadas de sua base de dados, a qualquer tempo. Há de ressaltar, que este é um forte indicativo de que os programas que o Banco propõe-se a implementar, desde que devidamente divulgados, possuem alcance junto ao funcionalismo.

Também se buscou verificar a real aplicação dos programas de ecoeficiência concebidos pelo Banco do Brasil S.A., descritos no item 4.1.1, na dependência em estudo. Tal verificação, realizada *in loco*, indica que a Agência Empresarial Oeste PR, apesar de adotar medidas para minimizar o impacto ambiental necessita dedicar maior atenção ao programa “Purágua”, que não está totalmente implementado na Agência. Ante às respostas do questionário principalmente na questão nr.1, observa-se que há necessidade de um trabalho de conscientização interno para a questão do consumo de energia elétrica.

5.1 A VISÃO DOS FUNCIONÁRIOS COM RELAÇÃO À QUESTÃO AMBIENTAL

Foi perguntado aos funcionários se eles já haviam tentado reduzir o impacto ambiental no trabalho, reduzindo o consumo de energia. A seguir as respostas obtidas.

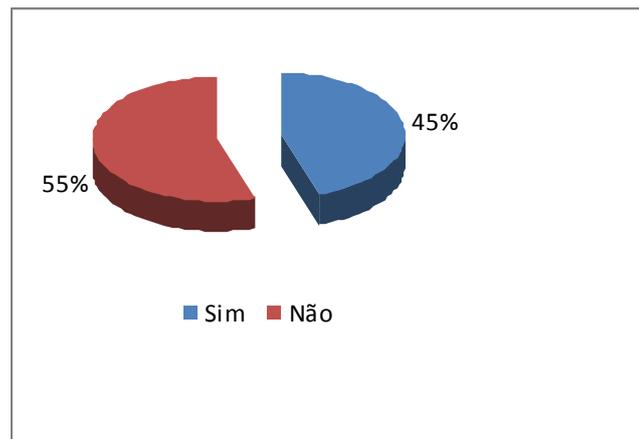


GRÁFICO 1: Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de economia de energia?

Fonte: questionário utilizado na pesquisa

Pelas respostas observa-se no gráfico 1 que há uma preocupação com a redução do consumo de energia, no entanto esta preocupação não atinge a maioria, pois 55% dos pesquisados responderam que não tentaram reduzir o impacto ambiental através da poupança de energia, ou seja, não estão preocupados com a questão do gasto de energia elétrica. Esta é uma questão que deverá ser trabalhada junto ao funcionalismo, através da divulgação do Programa de racionalização do consumo energia elétrica – PROCEN.

A responsabilidade socioambiental de uma empresa nasce por uma decisão estratégica, mas ela é vivenciada no dia-a-dia de cada funcionário. Em cada contato com colegas, clientes e fornecedores. Em cada atividade e ação praticada. Essa responsabilidade não se esgota no ambiente de trabalho, ela continua na atuação do funcionário na comunidade (BANCO DO BRASIL 2008).

Na questão a seguir procurou-se saber se os funcionários já haviam tentado reduzir o impacto ambiental através de práticas de reciclagem de resíduos.

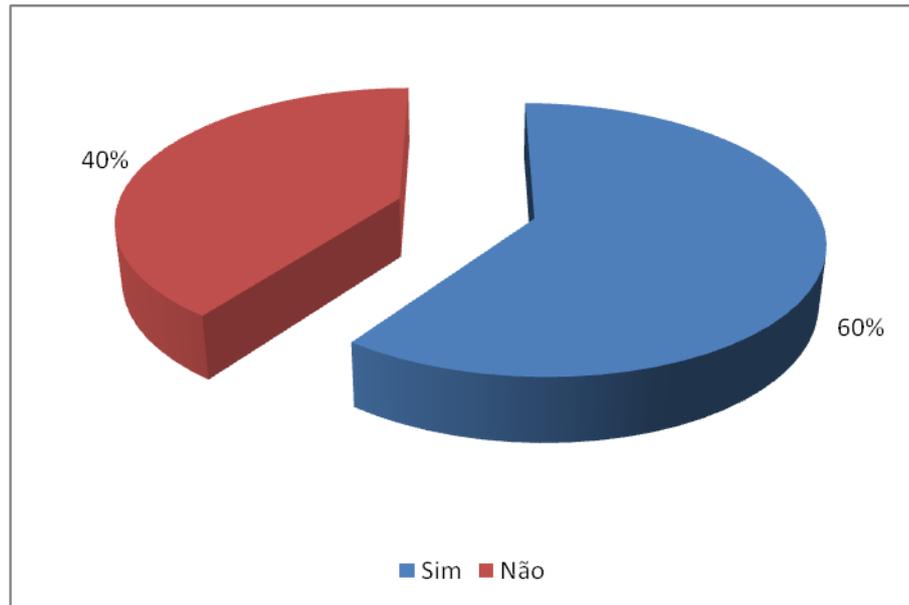


GRÁFICO 2: Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de minimização e reciclagem de resíduos?
Fonte: questionário utilizado na pesquisa

No gráfico 2 observa-se que a maioria (60%) tem a preocupação em reduzir o impacto ambiental através da reciclagem de resíduos, esta afirmativa refere-se aos resíduos de papel oriundos principalmente na impressão de relatórios, contratos entre outros serviços que requerem assinatura dos clientes na efetivação de uma negociação. Já 40% dos pesquisados responderam que não estão preocupados com a reciclagem de resíduos de papel. Este percentual é preocupante, pois, pode-se dizer que estes funcionários não estão preocupados com o futuro do meio ambiente, principalmente no que diz respeito ao desmatamento de árvores para a criação do papel.

No entanto, há de se ressaltar que apesar do desinteresse de 40% dos entrevistados com a reciclagem, todo o papel oriundo das atividades da agência em estudo é encaminhado à reciclagem pela Gerência Administrativa, conforme verificado *in loco*.

Saber se o funcionário adotou alguma prática em termos de prevenção da poluição, citando como exemplo emissões lançadas na atmosfera, água entre outros, foi o objetivo do próximo item.

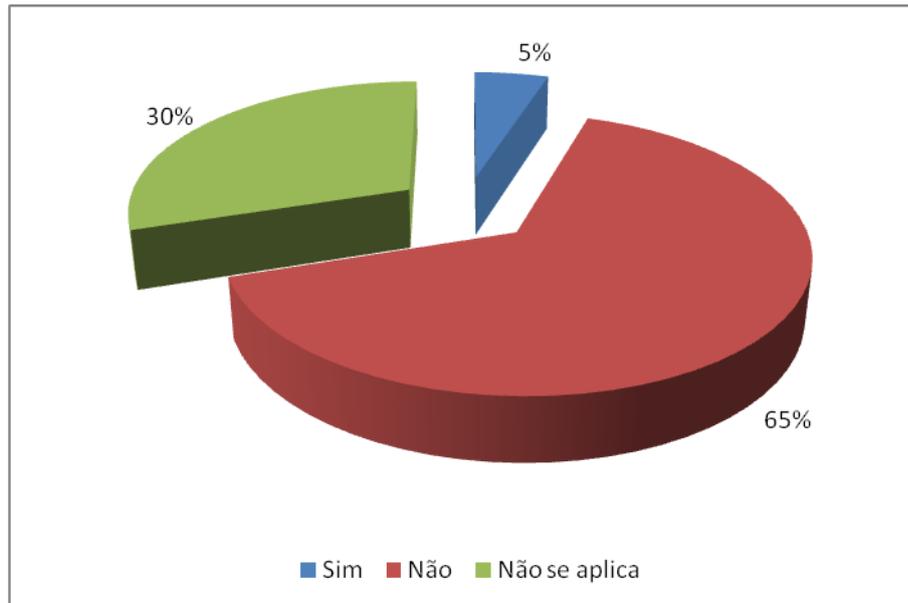


GRÁFICO 3: Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de prevenção da poluição (como, por exemplo, emissões para a atmosfera e para a água, descargas de efluentes, ruído)?

Fonte: questionário utilizado na pesquisa

As respostas obtidas no gráfico 3 indicam que a grande maioria (65%) não tem a preocupação em termos de prevenção da poluição e uma parte considerável (30%) dos respondentes entendem que a prevenção da poluição não é aplicável às atividades desenvolvidas na empresa. E somente 5% dos pesquisados responderam que se preocupam com o impacto ambiental decorrente da poluição através da emissão para a atmosfera e para água de descargas de efluentes e ruído. Nesta questão tem-se que considerar a necessidade de um trabalho de conscientização dos funcionários da necessidade de reduzir o impacto ambiental e da prevenção da poluição atmosférica.

Segundo Almeida (2002), a redução de emissão de substâncias tóxicas é essencial para se atingir a ecoeficiência. Uma empresa ecoeficiente se faz através de uma gestão ambiental competente e pelo comportamento responsável de seus colaboradores. Tudo tem a ver com pessoas, porque somente pessoas criam cultura e preservam valores (BANCO DO BRASIL 2008).

Na questão a seguir procurou-se mensurar a preocupação com a natureza através da adoção de práticas de proteção que reduzisse o impacto ambiental.

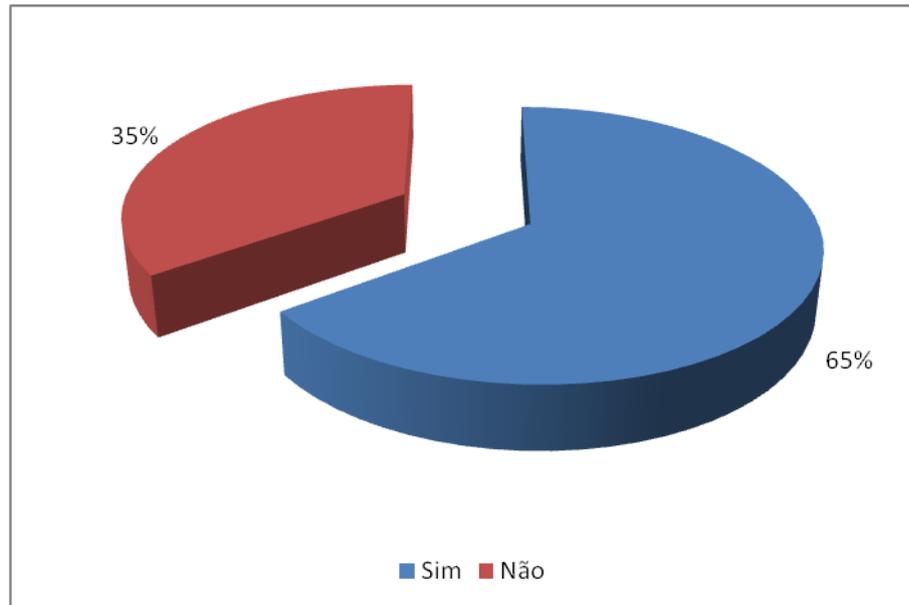


GRÁFICO 4: Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de proteção da natureza? Em caso positivo de Que forma?
Fonte: questionário utilizado na pesquisa

Na leitura do gráfico 4 a resposta obtida é que a maioria (65%) já adotou alguma prática de proteção a natureza. Quando perguntados sobre a prática adotada 100% dos que responderam afirmativamente: indicaram a redução na utilização do papel dentro da organização.

A conciliação de riqueza com a proteção ambiental é imprescindível para a viabilidade da vida na terra. Para Vieira (1997), a destruição da natureza ou da base material da produção caracteriza a crise ecológica como uma crise de civilização, isso porque as teorias de desenvolvimento econômico do século XX, assim como as políticas econômicas decorrentes, sempre ignoraram a condicionalidade ambiental, considerada apenas uma externalidade.

Desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades, conforme “Relatório Nosso Futuro Comum”, elaborado pela Comissão de Brundtland. Lembrando que segundo Cavalcanti (1995), crescimento difere de desenvolvimento. O crescimento não conduz automaticamente à igualdade nem à justiça social, pois não leva em consideração nenhum outro aspecto da qualidade de vida a não ser o acúmulo de riquezas.

A pergunta a seguir busca levantar se o funcionário já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de opções de transporte sustentável

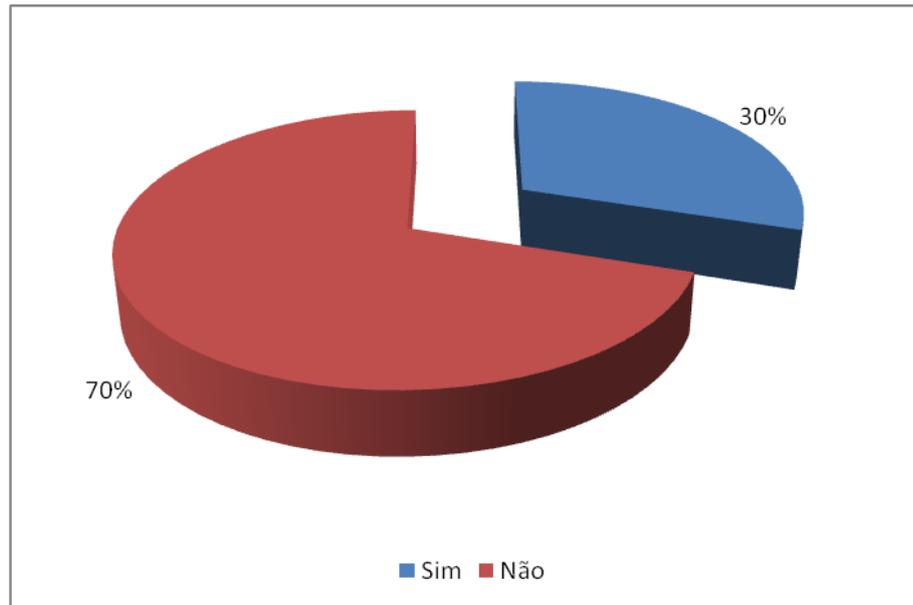


GRÁFICO 5: Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de opções de transporte sustentável?

Fonte: questionário utilizado na pesquisa

As respostas obtidas no gráfico 5, demonstra que a maioria dos pesquisados (70%) não tem a preocupação em reduzir o impacto ambiental através da utilização de transporte sustentável, já 30% dos pesquisados tem a preocupação em reduzir o impacto ambiental através da utilização do transporte sustentável. Esta questão deve ser tratada com atitudes de maior conscientização por parte das pessoas, demonstrar que a o transporte coletivo é possível de ser utilizado por parte das pessoas. Com a utilização deste transporte é possível reduzir os níveis de poluição de ruído e do ar que respiramos.

Perguntou-se se na visão dos funcionários a empresa poderia diminuir os custos reduzindo o seu impacto ambiental (por exemplo, reciclando, reduzindo o consumo de energia ou evitando poluir).

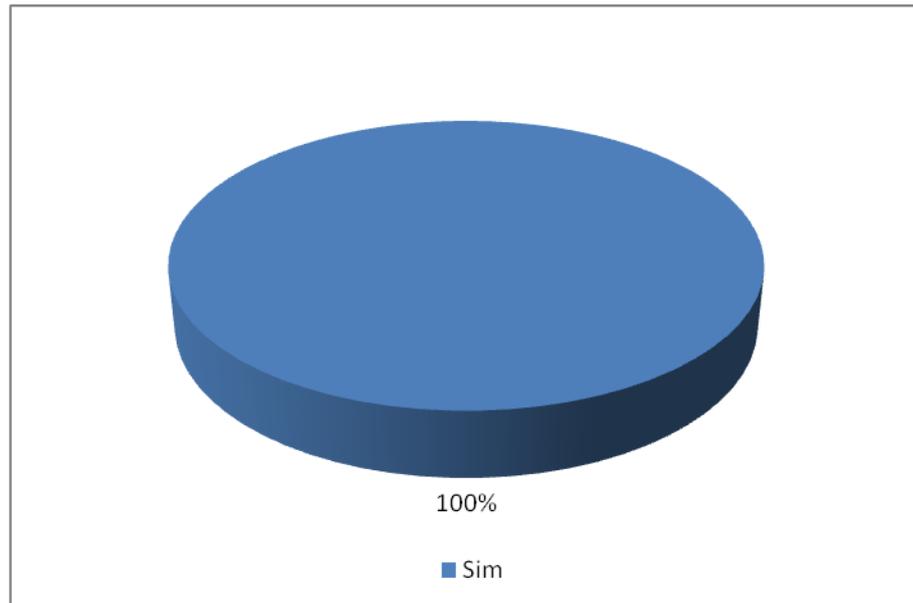


GRÁFICO 6: Pode a sua agência diminuir os custos reduzindo o seu impacto ambiental (por exemplo, reciclando, reduzindo o consumo de energia ou evitando poluir)?
Fonte: questionário utilizado na pesquisa

O gráfico 6 demonstra que 100% dos pesquisados acreditam que a empresa no qual trabalham pode diminuir/reduzir os seus custos através da reciclagem e da redução do consumo de energia, favorecendo com isto o impacto ambiental que provoca na natureza.

Segundo Almeida (2002) a diminuição dos impactos ambientais, através da redução da entrada de materiais (recursos naturais, água, ar e energia) por unidade de produção, transforma-se em um aumento da produtividade. O uso mais produtivo dos recursos faz as empresas mais competitivas, criando na prática uma ligação entre a liderança ambiental e viabilidade econômica. Donaire (1995, p. 65), afirma que “a questão ambiental passa adquirir maior importância para a empresa quando ela percebe que em lugar de ser uma área que só lhe propicia custos/despesas, pode transformar-se em um excelente local de oportunidades de redução de custos”.

Procurou-se a seguir, descobrir dos funcionários envolvidos na pesquisa, se eles conheciam um programa na empresa voltado à sustentabilidade ambiental, redução de resíduos e impacto ambiental.

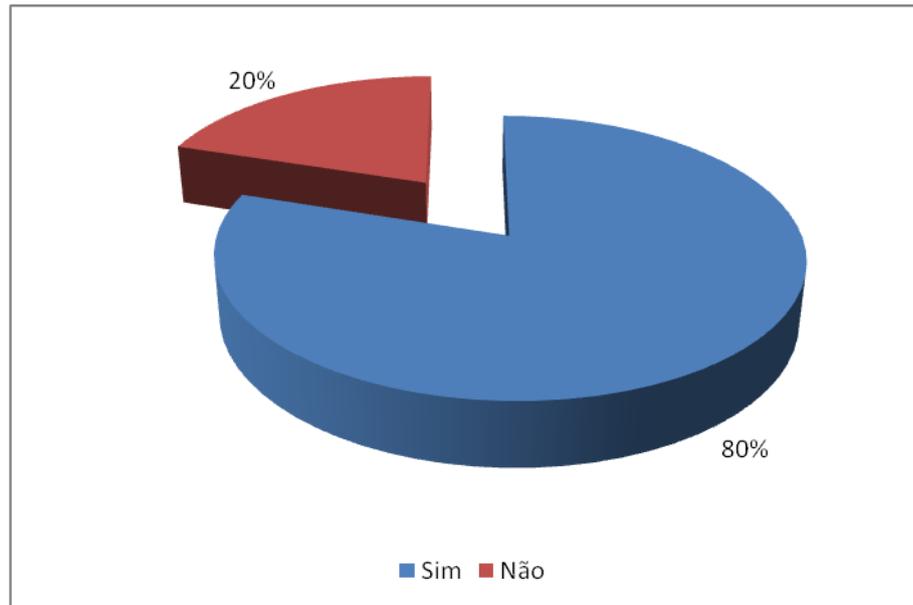


GRÁFICO 7: Você identifica na sua agência um programa voltado à sustentabilidade ambiental, redução de resíduos e impacto ambiental? Em caso positivo qual o nome do programa e o objetivo?
Fonte: questionário utilizado na pesquisa

A grande maioria (80%) dos pesquisados responderam conhecer um programa voltado a sustentabilidade ambiental, redução de resíduos e impacto ambiental desenvolvido na empresa. Sendo que o programa citado é o PRONARI. Já 20% responderam que não conhecem nenhum programa desenvolvido pela empresa no que se refere a sustentabilidade ambiental e redução de resíduos. É necessário que a empresa reforce a divulgação dos programas que tem para seus funcionários e intensifique a conscientização dos mesmos para a questão do impacto ambiental.

Na pergunta seguinte o objetivo do questionamento foi descobrir a relevância, na visão dos funcionários, da empresa utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência.

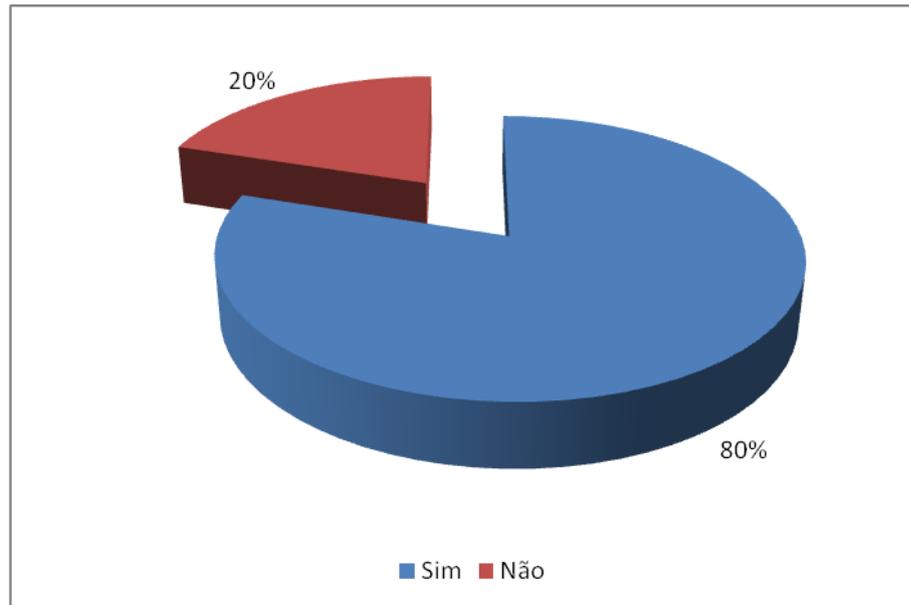


GRÁFICO 8: Consegue identificar formas da sua agência utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência (por exemplo, através da possibilidade de reciclagem dos produtos, da eficiência energética, etc.)?

Fonte: questionário utilizado na pesquisa

Pelas respostas obtidas no questionário, observa-se no gráfico 8 que o grupo funcional entende que a sustentabilidade é benéfica para o desempenho da empresa, principalmente frente a concorrência.

Para Tachizawa (2002, p. 24), cada vez mais a responsabilidade social, está relacionada com a lucratividade das empresas, tornando-se ferramenta capaz na criação de condições de competitividade para as organizações, em qualquer segmento que estejam inseridas. Neste mercado globalizado, a empresa que desenvolver ações sociais para a preservação do meio ambiente se tornará mais competitiva no mercado. Lucca (1998 p. 17), compartilha deste pensamento, pois considera que as empresas vem se tornando uma das peças fundamentais para o desenvolvimento econômico e social de uma nação.

5.2 AS PRÁTICAS DE ECOEFICIÊNCIA DO BB NA AGÊNCIA EM ESTUDO

“As práticas administrativas com responsabilidade socioambiental” adotadas pelo Banco do Brasil e que compõem seu programa ecoeficiência, estão descritas no *site* de relacionamento interno do BB, acessível a todos os funcionários. O objetivo,

conforme disposto no *site*, é que sejam adotadas por todas as dependências do Banco do Brasil.

De acordo com os Administradores da Agência Empresarial Oeste PR, é de suma importância o engajamento e conscientização de todos para a questão ambiental. A eles, como representantes da empresa, cabe a responsabilidade de disseminar esta cultura, através da participação ativa na implementação e acompanhamento de projetos e ações voltados a responsabilidade socioambiental.

Os programas de ecoeficiência são desenvolvidos da seguinte forma na agência em estudo:

5.2.1 Programa de uso racional da água – PURÁGUA

Embora existam cartazes nas dependências da agência, sobre a necessidade de se evitar o desperdício de água, o programa ainda não está implantado na dependência da agência em estudo. A agência realiza o acompanhamento do consumo como prática administrativa, no sentido de identificar oscilações significativas que possam indicar vazamentos em suas instalações hidráulicas.

5.2.2 Programa nacional de racionalização de impressão – PRONARI

Conforme demonstrado nas respostas ao questionário, a maioria do quadro pesquisado tem conhecimento do programa, o que sem sombra de dúvida contribui para sua implementação na Agência. No entanto há de se ressaltar que o sucesso do programa advém da normatização recente de alguns procedimentos internos. Atualmente o Banco não permite a impressão e manutenção nos dossiês de operações de crédito, de informações (exemplo: pesquisas cadastrais, instruções normativas, etc) que possam a qualquer tempo, serem recuperadas de sua base de dados.

5.2.3 Programa de condicionamento de cartuchos de impressoras

O programa tem cem por cento de alcance na agência, uma vez que a reciclagem é centralizada pela Diretoria de Logística – Dilog, que recolhe e distribui os cartuchos para todas as dependências do Banco do Brasil.

5.2.4 Gerenciamento dos resíduos sólidos – coleta seletiva

Conforme constatado in loco, a coleta seletiva é uma realidade na agência em estudo. Todo o material (principalmente papel), é remetido para a Central de Serviços e Logística, em Curitiba, responsável pela trituração e encaminhamento à entidades beneficentes que reciclam estes resíduos.

5.2.5 Programa de racionalização do consumo de energia elétrica – PROCEN

Recentemente todos os micros computadores e impressoras da agência, foram substituídos por máquinas novas. A manutenção do ar condicionado é realizada por empresa terceirizada que faz vistorias periódicas com o objetivo de manter o sistema em perfeitas condições contribuindo para a redução do consumo de energia. Ressalte-se que há nas dependências da Agência cartazes distribuídos pelo Banco sobre a necessidade de se economizar energia elétrica, recomendando que luzes e equipamentos sejam desligados quando não utilizados.

5.3 SUGESTÕES PARA DISSEMINAÇÃO DA CULTURA SOCIOAMBIENTAL

As sugestões descritas abaixo visam contribuir para a disseminação da cultura socioambiental entre os funcionários do Banco do Brasil S.A.

Primeiramente, as práticas administrativas de ecoeficiência, com a descrição pormenorizada dos programas, deverão ser divulgadas junto aos funcionários das agências do Banco do Brasil em nível nacional. Na análise das respostas ao questionário, fica evidenciado que dentre os programas, apenas o “Pronari” é do conhecimento do grupo pesquisado. Apesar de alguns destes programas não necessitarem da interveniência do funcionário, pois são conduzidos pelas Diretorias do Banco, é importante que todo o corpo funcional tome conhecimento das medidas que o BB está tomando em prol do meio ambiente. A divulgação deverá ser na forma de curso auto instrucional através da Universidade Corporativa, a exemplo de outros treinamentos disponibilizados internamente pelo Banco do Brasil S.A. Considerando a relevância do assunto e o número de funcionários envolvidos (cerca de 82.500), bem como o efeito multiplicador das ações, é de fundamental importância que este treinamento seja de caráter obrigatório.

Para consolidar esta cultura, deverão ser criados “comitês de ecoeficiência” nas dependências do BB. Estes comitês serão compostos por funcionários das próprias unidades e de diversos níveis hierárquicos, que na função de multiplicadores das ações emanadas pela Diretoria, contribuirão para despertar o espírito de sustentabilidade no grupo.

Para o acompanhamento e mesmo para aferir o grau de resposta do funcionalismo aos seus programas, periodicamente o Banco do Brasil deverá disponibilizar uma pesquisa rápida, no próprio aplicativo interno (SISBB).

A divulgação e acompanhamento dos programas em suas dependências, deve fazer parte da gestão ambiental do Banco do Brasil S.A., definida por Kraemer (2004, p. 109) como “o sistema que inclui a estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental”.

Segundo Moreira (2001), a implantação de um sistema de gestão ambiental (SGA) é extremamente benéfica para a empresa, pois proporciona o envolvimento de todos os setores com a questão socioambiental. A partir do momento que todos passam a enxergar as questões ambientais sob a mesma ótica, as soluções criativas começam a surgir, resultando em melhores oportunidades de aproveitamento dos rejeitos, substituição de insumos, eliminação de perdas nos processos, reciclagem,

redução do consumo de energia, utilização de combustíveis alternativos, mudanças tecnológicas, etc. Para o autor este é o diferencial que o sistema de gestão ambiental proporciona a empresa.

Observa-se que North (1992 *apud* PASSOS; CÂMARA, 2003), comunga desta idéia, salientando que os benefícios da gestão ambiental são de ordem econômica e estratégica. A redução de custos diz respeito aos benefícios econômicos. Como benefícios estratégicos incluem-se a melhoria da imagem institucional ao compromisso da alta gerência ao chão de fábrica e a elevação da demanda por produtos sustentáveis. A inclusão de uma dimensão ambiental na empresa faz com que os objetivos e propósitos da empresa deixem de ser puramente econômicos, passando também para o terreno da estrutura organizacional e do planejamento estratégico

5.3.1 Sugestões para redução do consumo de energia

As características físicas e geográficas do Brasil foram determinadas para implantação de um parque gerador de energia elétrica de base predominantemente hídrica. O Brasil é um país privilegiado em recursos hídricos, e altamente dependente da energia hídrica, cerca de 95% da energia elétrica brasileira provém de rios. O Brasil detém 15% das reservas mundiais de água doce disponível, porém só utiliza um quarto de seu potencial. E para alcançar a totalidade do potencial hídrico, seria necessário explorar o potencial da Amazônia. A energia de origem hídrica é hoje a segunda maior fonte de eletricidade no mundo. (AMBIENTE BRASIL, 2008).

A seguir, sugestões encontradas no site www.ambientebrasil.com.br para usar melhor os eletrodomésticos sem desperdiçar energia elétrica:

Geladeira:

- não abra a porta sem necessidade ou por tempo prolongado;
- coloque e retire os alimentos e bebidas de uma só vez;
- evite guardar alimentos ou líquidos quentes na geladeira;
- não forre as prateleiras da geladeira com plásticos ou vidros;

- evite a formação de uma camada muito espessa de gelo, faça o degelo periodicamente;
- no inverno, diminua a regulagem da temperatura;
- mantenha limpa a parte traseira, evitando utilizá-la para secar panos, roupas, etc;
- verifique se as borrachas de vedação das portas estão em bom estado. Faça assim:

Iluminação:

- evite acender lâmpadas durante o dia; abra bem cortinas e persianas e use ao máximo a luz do sol;
- use cores claras nas paredes internas da sua residência - as cores escuras exigem lâmpadas com potência maior (Watts) que consomem mais energia;
- prefira lâmpadas fluorescentes ou fluorescentes compactas, pois iluminam melhor, consomem menos energia e duram até dez vezes mais do que as lâmpadas incandescentes;
- apague sempre as luzes dos ambientes desocupados, salvo aquelas que contribuam para a segurança;
- limpe regularmente luminárias, globos e arandelas para ter um bom nível de iluminação.

Televisor:

- não deixe o televisor ligado sem necessidade;
- evite o hábito de dormir com o aparelho ligado:

Ferro elétrico:

- espere acumular uma boa quantidade de roupa e passe tudo de uma vez. Ligar o ferro várias vezes ao dia desperdiça muita energia;
- no caso de ferro elétrico automático, use a temperatura de aquecimento indicada para cada tipo de tecido, iniciando sempre pelas roupas que requerem temperaturas mais baixas;
- deixe o ferro desligado quando não estiver em uso, mesmo por intervalos curtos.

Máquinas de lavar roupa e louça:

- utilize as máquinas de lavar roupa ou louça sempre na capacidade máxima;
- utilize a quantidade adequada de sabão ou detergente para não ter que repetir a operação de enxaguar;

Condicionador de ar:

- mantenha as portas e janelas fechadas ao usar o condicionador de ar;
- a vedação do ambiente deve ser bem feita;
- limpe os filtros periodicamente para melhorar a circulação do ar e consumir menos energia;
- habitue-se a desligar o aparelho ao se ausentar por período superior a uma hora;
- evite instalar o aparelho em local exposto aos raios solares;
- regule o termostato. O frio ou calor máximo nem sempre é a condição mais confortável.

Estas e outras dicas encontra-se dispostas em diversos *site* e artigo referente a redução do consumo de energia elétrica e se colocadas em prática permitirão a redução do consumo de energia elétrica e conseqüentemente a melhora na qualidade de vida.

5.3.2 Sugestões para redução do consumo de água

A água é um recurso limitado, e o seu desperdício tem conseqüências para a humanidade como um todo. No Brasil, a agricultura é quem mais consome água - quase 63% do que é captado vai para a irrigação. O uso doméstico é responsável por 18% do consumo, a indústria fica com 14%. Os 5% restantes são usados para matar a sede dos animais de criação (AMBIENTE BRASIL, 2008).

Todos podem auxiliar no combate ao desperdício de água, com atitudes simples no seu dia-a-dia. A seguir são elencadas algumas dicas encontradas no site

do Ambiente Brasil e também em outros sites e artigos referente a redução do consumo de água

No banheiro:

- reduza o tempo de banho e economize pelo menos seis litros por minuto;
- encha a banheira só até a metade;
- feche a torneira enquanto faz a barba ou escova os dentes. Você economizará de 10 a 20 litros por minuto;
- instale descargas de vaso sanitário de baixo consumo e aeradores nas torneiras (redinhas que se encaixam no bocal). Se a caixa-d'água for acoplada ao vaso, coloque dentro dela uma garrafa plástica cheia d'água e tampada, para diminuir o volume gasto;
- não jogue lixo no vaso;
- não dispare a descarga desnecessariamente;
- não use a mangueira como vassoura - primeiro limpe o local e depois lave.

Na cozinha e na lavanderia:

- **FECHE** a torneira enquanto ensaboia a louça. Ela desperdiça de 10 a 20 litros por minutos, enquanto uma cuba cheia d'água não gasta mais do que 38 litros, no total;
- compre modelos de máquinas de lavar roupas e louça que consomem pouca água. Só ligue os equipamentos quando estiverem cheios. Prefira usar o ciclo mais curto;
- Instale aeradores nas torneiras, que diminuem o volume consumido, porém não sua eficácia.

No lazer:

- lave o carro ou o quintal com balde, não com mangueira. Se quiser, use dois baldes, um com água e sabão, outro com água limpa.

Por toda a parte:

- feche bem as torneiras. Uma torneira que goteja lentamente perde cerca de 50 litros por dia.

- chame um encanador para que ele elimine todos os vazamentos da casa.

5.3.3 Sugestões para reciclagem de resíduos

A reciclagem do papel é tão importante quanto sua fabricação. A matéria prima para a fabricação do papel já está escassa, mesmo com políticas de reflorestamento e com uma maior conscientização da sociedade em geral. Com o uso dos computadores, muitos cientistas sociais acreditavam que o uso de papel diminuiria, principalmente na indústria e nos escritórios, mas isso não ocorreu e o consumo de papel nas duas últimas décadas do século XX foi recorde. Na fabricação de uma tonelada de papel, a partir de papel usado, o consumo de água é muitas vezes menor e o consumo de energia é cerca da metade. Economizam-se 2,5 barris de petróleo, 98 mil litros de água e 2.500 kw/h de energia elétrica com uma tonelada de papel reciclado. (AMBIENTE BRASIL, 2008).

A reciclagem segundo o que consta no site do Ambiente Brasil traz os seguintes benefícios para a população:

- contribui para diminuir a poluição do solo, água e ar;
- melhora a limpeza da cidade e a qualidade de vida da população;
- prolonga a vida útil de aterros sanitários;
- melhora a produção de compostos orgânicos;
- gera empregos para a população não qualificada;
- gera receita com a comercialização dos recicláveis;
- contribui para a valorização da limpeza pública;
- contribui para formar uma consciência ecológica.

Encontra-se no site do Ambiente Brasil, em outros sites e em vários artigos sugestões de reciclagem que podem ser utilizadas pelas empresas e pessoas que para melhorar a vida na terra. Ações simples que podem em muito contribuir para que o futuro seja bem melhor.

- em vez de reciclar, tente preciclar (evitar o consumo de materiais nocivos e o desperdício);
- compre produtos ambientalmente corretos;
- exerça sua cidadania e cobre providências dos governantes;
- separe corretamente o lixo para reciclagem, mesmo que não tenha o serviço na sua cidade;
- economize papel;
- não jogue no lixo o que você pode doar;
- compacte o lixo, antes de jogá-lo fora;
- leve sua própria sacola ao fazer compras;
- seja econômico: poupe papel, usando o outro lado para tomar notas ou fazer rascunhos; os pratos e copos de papel são ótimos para piqueniques;
- brinquedos velhos, livros e jogos que você não quer mais podem ser aproveitados por outros; portanto, não os jogue fora;
- um terço do consumo de papel destina-se a embalagens. E alguns têm um período de uso inferior a 30 segundos. Contribua para a redução do consumo dos recursos naturais. Implemente um programa de redução.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada vez mais as empresas devem tratar o desenvolvimento sustentável e responsabilidade sócio ambiental com seriedade, uma vez que quanto mais competitivo for o mercado, mais exigências serão atribuídas às empresas, que, por sua vez, são as principais provedoras de desenvolvimento econômico. Por isso, deverão adotar práticas sustentáveis inovadoras e eficientes para se sustentar e se tornarem competitivas, cabendo aos gestores encararem este desafio, antevendo e adaptando-se às novas realidades antes que os caminhos estejam todos tomados pela concorrência.

Pode-se afirmar que a abstinência das empresas ao processo do desenvolvimento sustentável e à responsabilidade social comprometerá a existência delas. Nesta concepção, não haverá em longo prazo, empresas sustentáveis em um ambiente socioeconômico não-sustentável e debilitado.

Mesmo o Brasil não tendo o encargo legal de redução de gases estufa, é possível detectar diversas iniciativas para redução das emissões demonstrando que o país tem tido uma participação ativa na solução do problema.

Como empresa, a participação do Banco do Brasil em projetos voltados à redução das emissões contribuirá para aumentar sua participação em operações que afetam os critérios de boa governança e sustentabilidade. O Banco do Brasil S.A, foi a primeira instituição oficial a assinar a Carta de princípios do Equador que estabeleceu diretrizes para as instituições financeiras para a inclusão da conscientização na responsabilidade sócio ambiental em suas operações de crédito.

A preocupação do estudo foi captar a interação do corpo funcional da unidade no tocante às políticas ambientais da empresa e visão do grupo acerca do assunto. Pelas respostas dos funcionários ao questionário, observa-se que o grupo precisa avançar no campo da conscientização para preservação do meio ambiente. Ao Banco do Brasil cabe aprimorar a política de disseminação da cultura de ecoeficiência entre seus funcionários e públicos de relacionamento. As Práticas Administrativas e Negociais com Responsabilidade Socioambiental, são um dos eixos da Agenda 21 do BB.

Com o objetivo de disseminar a cultura de ecoeficiência entre os funcionários, sugere-se que a divulgação dos programas voltados à responsabilidade socioambiental e à sustentabilidade, não se limite ao *site* de relacionamento interno. A divulgação na forma de curso auto instrucional através da Universidade Corporativa, surge como a mais adequada, pois o ambiente de estudo certamente proporcionará melhores condições para que o grupo conheça, envolva-se e comprometa-se com a política socioambiental do BB.

A criação de “comitês de ecoeficiência” nas dependências do BB, compostos por funcionários das próprias unidades, e a realização de pesquisas internas periódicas são ações necessárias para a consolidação da cultura de ecoeficiência preconizada na Agenda 21 do Banco do Brasil.

Sensibilidade e equilíbrio são virtudes de seres e empresas felizes. O Banco do Brasil é única empresa bicentenária do Brasil. Esta longevidade é fruto da superação de muitos desafios. Talvez um dos maiores seja o de manter a competitividade sem abandonar a promoção do desenvolvimento e inclusão social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Fernando. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

AMBIENTE BRASIL. O maior portal ambiental da América Latina. Disponível em: <<http://www.ambientebrasil.com.br>>. Acesso em: 10 dez. 2008.

BANCO DO BRASIL: banco de dados internos. Disponível em: <<http://intranet.bb.com.br/portal/APPS/voce/bnfc/qvt/index.jsp>>. Acessos em: 15 abr. 2008; 10 dez 2008; 15 dez 2008; 16 jan 2009;

BANCO DO BRASIL: banco de dados. Disponível em: <<http://www.bb.com.br>>. Acessos em: 18 ago. 2008; 15 dez 2008; 16 jan 2009.

BANCO DO BRASIL S.A. **Sustentabilidade e futuro, programa profissionalização 2008**.

BARBIERI, Jose Carlos. **Gestão ambiental empresaria**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BECKER, Dinizar Fermiano (org.). **Desenvolvimento sustentável**: necessidade e/ou possibilidade. 4.ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.

CARBONO ZERO. Disponível em: <<http://www.carbono-zero.com/>>. Acesso em: 08 nov. 2008.

CAVALCANTI, C. **Desenvolvimento e natureza**: estudos para uma sociedade, sustentável. São Paulo: Cortez, 1995.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos**. 7. ed São Paulo: Atlas: 2002.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. 2 ed São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Gestão ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas, 1995.

ETHOS. Disponível em: <<http://www.ethos.com.br>>. Acesso em: 12 mar. 2007.

FERREIRA, Arácelia Cristina de Souza. **Contabilidade ambiental: uma formação para o desenvolvimento sustentável.** São Paulo: Atlas, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo, Atlas, 1991.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade ambiental como sistema de informações.** Revista brasileira de contabilidade. Brasília, p. 69-83, jan./fev.2004.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Técnicas de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

LEONARDO, S.A. **A contabilidade e o meio ambiente: uma visão das indústrias, químicas certificadas pela ISSO 14000.** Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina - Florianópolis, 2001.

LUCCA, Márcia Martins Mendes de. **Demonstração do valor adicionado: do calculo da riqueza criado pela empresa ao valor do PIB.** São Paulo: Atlas, 1998.

_____. Responsabilidade social: um diferencial competitivo para as empresas. **Revista Brasileira de Contabilidade.** N. 152, p. 25-33, mar/abr. 2005.

MAIMON, Dália. **Passaporte verde - gestão ambiental e competitividade.** São Paulo: Qaualitymark, 1999

MELO NETO, Francisco de Paulo de.; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MOREIRA, Maria Suely. **Estratégia e implantação do sistema de gestão ambiental (modelo iso 14000).** Belo Horizonte: Editora de Desenvolvimento Gerencial, 2001.

PASSOS, Luis Antônio Niro; CÂMARA, Márcia Regina Gabardo. Evolução, estratégias e o estado-atual-da-arte da gestão ambiental: um estudo do setor químico. XXVII Encontro Nacional da ANPAD, 2004, Atibaia. **Anais...** Curitiba, 2003.

PORTER, M. **Estratégias competitivas e estruturas de mercado.** Rio de Janeiro: Campus, 1995.

PEDRINI, Danilo Cuzzuol; RAFAELI, Leonardo; PIZZOLATO, Morgana. Análise da Ecoeficiência de uma Indústria Siderúrgica Brasileira. **Anais do XXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, 2008, Rio de Janeiro

REVISTA VEJA. Esta faltando terra. 2085 ed. P. 97-97, Nov 2008.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social, métodos e técnicas**. São Paulo, Atlas, 1999.

SEIFFERT, Maria Elizabete Bernardini. **ISSO 14001 sistema de gestão ambiental: implantação, objetiva e econômica**. São Paulo: Atlas, 2005.

SERASA: Disponível em: <<http://www.serasa.com.br> . Acesso em: 20 ago 2007; 02 abr 2008.

TACHIZAWA, Takeschy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2002.

VIEIRA, Liszt. **Cidadania e globalização**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

Questionário sobre políticas ambientais da empresa em estudo

1. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de poupança de energia?
 Sim
 Não
 Não sabe
 Não se aplica

2. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de minimização e reciclagem de resíduos?
 Sim
 Não
 Não sabe
 Não se aplica

3. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de prevenção da poluição (como, por exemplo, emissões para a atmosfera e para a água, descargas de efluentes, ruído)?
 Sim
 Não
 Não sabe
 Não se aplica

4. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de proteção da natureza? Em caso positivo de Que forma?
 Sim
 Não
 Não sabe
 Não se aplica

5. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua agência em termos de opções de transporte sustentável?
 Sim
 Não
 Não sabe
 Não se aplica

6. Pode a sua agência diminuir os custos reduzindo o seu impacto ambiental (por exemplo, reciclando, reduzindo o consumo de energia ou evitando poluir)?
 Sim
 Não
 Não sabe
 Não se aplica

7. Você identifica na sua empresa um programa voltado à sustentabilidade ambiental, redução de resíduos e impacto ambiental? Em caso positivo poderia citar o nome do programa e o objetivo?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

8. Consegue identificar formas de a sua agência utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência (por exemplo, através da possibilidade de reciclagem dos produtos, da eficiência energética, etc.)?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica