

## GESTÃO AMBIENTAL EMPRESARIAL NO SEGMENTO BANCÁRIO: UM ESTUDO SOBRE O INTERESSE DO CONSUMIDOR

### CORPORATE ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN BANKING SECTOR: A STUDY ON THE CONSUMER'S INTEREST

Antonio Carlos Breves de Souza<sup>1</sup>

Dario Moreira Pinto Junior<sup>2</sup>

José Vilmar de Oliveira<sup>3</sup>

#### RESUMO

A todo momento as organizações do mundo inteiro estão se dedicando boa parte de seu tempo preocupadas com a sustentabilidade. Esta dedicação se deve principalmente das necessidades das empresas de garantirem de forma sustentável seus recursos e pela mudança comportamental dos clientes dos dias de hoje que estão exigindo cada vez mais um comprometimento com relação ao meio ambiente. Apesar de não ser recente, e de já ter sido tratada por muitos no passado como uma questão ideológica de grupos ecologistas que não aceitavam a sociedade de consumo moderna, a preocupação com a preservação ambiental assume hoje uma importância cada vez maior para as empresas. Um aspecto importante de ser observado na questão ambiental contemporânea é o grau de comprometimento cada vez maior de empresários e administradores na busca de soluções ambientalmente adequadas para os problemas da produção, distribuição e consumo de bens e serviços. O presente trabalho é um estudo com relação ao interesse de um dos *stakeholders* do segmento bancário que usa a gestão ambiental como instrumento de propaganda para atrair novos clientes.

**Palavras-chave:** Gestão Ambiental; Sustentabilidade; Comportamento do Consumidor.

#### ABSTRACT

At all times organizations around the world are devoting much time been concerned with sustainability. This is mainly dedicated to the needs of companies to ensure their resources sustainably and behavioral change of today's customers who are increasingly demanding a better relationship with the

<sup>1</sup> Mestre em Gestão e Estratégia em Negócios pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro e Bacharel em Administração de Empresas pelo Centro Universitário de Barra Mansa. Docente e Coordenador do Centro Universitário de Barra Mansa. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/1696858069788715>.

<sup>2</sup> Doutor em Engenharia de Materiais, pela Faculdade de Engenharia Química de Lorena, Mestre em Engenharia Metalúrgica e de Minas pela Universidade Federal de Minas Gerais, Graduado em Administração pelo Centro Universitário Geraldo Dibiase e em Engenharia Metalúrgica pela Universidade Federal Fluminense. Docente do Centro Universitário de Barra Mansa. Membro da Associação Brasileira de Metalurgia e Materiais. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/1637479169482104>.

<sup>3</sup> Mestre em Gestão e Estratégia em Negócios pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Graduado em Engenharia Metalúrgica pela Universidade Federal Fluminense e Administração de Empresas, Centro Universitário de Barra Mansa. Docente do Centro Universitário de Barra Mansa. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/4594841396348206>.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IV Jul-dez 2011	Trabalho 01 Páginas 01-13
<a href="http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia">http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia</a>	periodicoscesg@gmail.com	

environment. Although not new, and had already been treated by many in the past as an ideological issue for environmental groups who did not accept the society's modern consume, the concerning for environmental preservation have assumed an increasing importance for companies. A relevant aspect in contemporary environmental issue is the increasing commitment between entrepreneurs and managers in searching environmentally suitable solutions to the problems of production, distribution and consumption of belongings and services. This work is a study in relation to the interest of a stakeholder in the banking sector that uses environmental management as a marketing tool to attract new customers.

**Keywords:** Environmental Management; Sustainability; Consumer Behavior.

## 1 – INTRODUÇÃO

Para as organizações, o crescimento da preocupação com a preservação do meio ambiente vem constituindo constantes desafios. A questão ambiental, crescentemente incorporada aos mercados e às estruturas de regulação da sociedade, passou a ser vista cada vez mais como um elemento essencial a ser considerado no processo de gestão. As pressões das regulamentações, dos acionistas, investidores e bancos para que as empresas reduzam os seus riscos ambientais e as pressões dos consumidores e entidades exigindo produtos que causem menores impactos ao ambiente, têm motivado as empresas a buscarem novas formas de relacionamento com o meio na qual estão inseridas.

Dentre as dimensões da gestão ambiental (instituições multilaterais, governos, sociedade civil, empresas, etc.) é amplamente reconhecido que as empresas, mediante a adoção de melhores práticas de gestão ambiental, desempenham um papel importante na questão do desenvolvimento sustentável. Como conseqüência, há uma crescente necessidade de se conhecer como as firmas operam em termos de planejamento e implementação de suas políticas ambientais. As empresas, por sua vez, estão cada vez mais conscientes da importância de adotarem práticas de gestão ambiental, seja por pressões externas (legislação, clientes, investidores, organizações não governamentais, etc.) ou por pressões internas, quando *stakeholders* internos esperam da companhia um comportamento socialmente responsável.

Apesar de não ser recente, e de já ter sido tratada por muitos no passado como uma questão ideológica de grupos ecologistas que não aceitavam a sociedade de consumo moderna, a preocupação com a preservação ambiental assume hoje

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IV Jul-dez 2011	Trabalho 01 Páginas 01-13
<a href="http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia">http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia</a>	periodicoscesg@gmail.com	

uma importância cada vez maior para as empresas. Um aspecto importante de ser observado na questão ambiental contemporânea é o grau de comprometimento cada vez maior de empresários e administradores na busca de soluções ambientalmente adequadas para os problemas da produção, distribuição e consumo de bens e serviços.

A primeira Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente ocorreu em Estocolmo, em junho de 1972, e colocou a questão ambiental nas agendas oficiais internacionais, foi a primeira vez que representantes de governos se uniram para discutir a necessidade de tomar medidas de controle dos fatores que causam degradação ambiental.

O que tem ocorrido recentemente é que as dimensões econômicas e mercadológicas das questões ambientais têm-se tornado cada vez mais relevantes. Elas têm representado custos e/ou benefícios, limitações e/ou potencialidades, ameaças e/ou oportunidades para as empresas. Uma breve análise nas publicações recentes destinadas ao público empresarial e financeiro é suficiente para comprovar a afirmativa de que os vínculos das empresas e dos mercados com as questões ambientais são cada vez maiores, mais explícitos e mais positivos.

O presente trabalho é um estudo com relação ao interesse de um dos *stakeholders*, ou seja, os clientes do segmento bancário que usa a gestão ambiental como instrumento de propaganda para atrair novos clientes.

## 2 – GESTÃO AMBIENTAL

Um estudo realizado com 1451 indústrias brasileiras constatou que aproximadamente 85% dos empreendimentos adotavam algum procedimento gerencial associado à gestão ambiental (BNDES/SNI/SEBRAE, 1998). Nas microempresas a prática mais comum - a redução do uso de matéria-prima, é associada à redução de custos. Já entre as grandes e médias empresas, o controle de efluentes líquidos e gasosos foi o mais adotado, motivado pelas exigências de licenciamentos e legislação ambiental, além de possibilitar a conformidade com a política social da empresa.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IV Jul-dez 2011	Trabalho 01 Páginas 01-13
<a href="http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia">http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia</a>	periodicoscesg@gmail.com	

As empresas podem adotar diferentes estratégias para a gestão ambiental, que vão desde uma postura reativa até uma postura estratégica, onde a questão ambiental deixa de ser vista como um ônus e passa a ser vista como uma oportunidade de a empresa obter vantagem competitiva. Não obstante a importância que o tema vem ganhando nos últimos anos, o que se vê, ainda, na maioria das empresas, são estratégias reativas. Recente estudo da Confederação Nacional das Indústrias (2004), que contou com a participação de 1007 pequenas e médias empresas e 211 grandes empresas de todo o território nacional, evidencia a postura reativa das empresas. Das principais razões para a adoção de medidas gerenciais associadas à gestão ambiental pelas indústrias, três são as mais citadas: atender à regulamentação ambiental (citada por 45,2% dos respondentes), estar em conformidade com a política social da empresa (citada por 39,7% dos respondentes) e atender exigências para licenciamento ambiental (citada por 37,8% das empresas).

Muitos empreendimentos de vários segmentos tendem a assumir uma posição ecológica mais responsável num mercado cada vez mais exigente. A gestão ambiental empresarial assume também o caráter estratégico para aumentar a competitividade das empresas brasileiras (COUTINHO & FERRAZ, 1995).

A gestão ambiental como instrumento de alcance do desenvolvimento sustentável, além de criar normas de ordenamento ecológico, métodos de avaliação de impacto ambiental e instrumentos econômicos para a valorização dos recursos naturais, ofereceria bases para a construção de um paradigma alternativo, fundado no potencial ecológico, na inovação tecnológica e na gestão participativa.

Macedo (1994) considera a gestão ambiental uma função organizacional indispensável, como a função financeira, recursos humanos, produção, comercial, marketing, dentre outras. As funções dentro de uma organização representam o conjunto de processos e atividades homogêneos no que se refere aos assuntos tratados, aos elementos e aos objetivos que precisa alcançar.

Valle (1996) conceitua a gestão ambiental como "um conjunto de medidas e procedimentos bem definidos e adequadamente aplicados que visam a reduzir e controlar os impactos introduzidos por um empreendimento sobre o meio ambiente."

Tachiza (2002) considera a gestão ambiental como "o exame e a revisão das operações de uma organização da perspectiva da ecologia profunda, ou do novo paradigma".

De acordo com Barrow (1999) a gestão ambiental permite que a empresa identifique os aspectos e impactos ambientais das suas ações em relação ao meio ambiente, as prioridades e as metas para o contínuo aperfeiçoamento da sua performance ambiental, para que a organização assuma responsabilidades pela implementação do treinamento, da monitoração, das ações corretivas, das reavaliações e do aprimoramento contínuo das práticas utilizadas, das metas e dos objetivos da própria gestão ambiental.

A adoção da gestão ambiental pelas organizações pode acarretar uma série de mudanças na sua forma de observar os elementos internos e externos que compõem o ambiente onde atua. Porém, segundo Hui, Chan e Pun (2001), a eficiente implantação desta forma de gerenciamento concede a organização uma margem de vantagem competitiva. Dentre vários benefícios pode-se destacar o "fortalecimento da imagem da organização, permitindo uma vantagem competitiva de posicionamento".

Os procedimentos de gestão ambiental foram padronizados em nível mundial, com objetivo de definir critérios e exigências semelhantes. A garantia de que a empresa atende a esses critérios é a certificação ambiental, segundo as normas ISO14000. Essas normas foram definidas pela International Organization for Standardization (ISO), fundada em 1947, com sede em Genebra, na Suíça. Trata-se de uma organização não governamental que congrega mais de 100 países, representando 95% da produção industrial do mundo. Seu objetivo principal é criar normas internacionais de padronização que representem e traduzam o consenso dos diferentes países. A Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT (1996) representa a ISO no Brasil.

Baseando-se nestas contribuições, pode-se compreender a gestão ambiental como a maneira pela qual a organização orienta suas atividades sem comprometer o bom funcionamento das atividades da natureza (ar, solo, água, plantas, animais e homem), utilizando-se para isto do planejamento, políticas,

diretrizes e procedimentos administrativos e das ferramentas necessários à implementação e funcionamento dos programas voltados para o desenvolvimento sustentável.

### 3 – METODOLOGIA

Como já evidenciado por alguns autores (SANCHES, 2000; ANDRADE, 2002; DIAS, 2006) sobre a importância da gestão ambiental para as empresas, foi proposto uma pesquisa de campo com os *stakeholders* de um grande banco nacional, bastante conhecido por ser uma instituição adepta às práticas ambientais através de vários prêmios que têm recebido. É um banco que está sempre preocupado com divulgação, tais como, anúncios em rádio, televisão, internet, e também mídia impressa distribuídas nas diversas agências que possui ao longo do país.

O trabalho de pesquisa foi realizado em Volta Redonda, estado do Rio de Janeiro. A cidade conta, atualmente, com 5 agências do banco distribuídas em 4 bairros. Com a finalidade de evitar risco de vício na amostra, optou-se na escolha de apenas uma agência. Foi escolhido um bairro com maior concentração de agências de bancos de um modo geral.

Foram feitas um total de 332 entrevistas com usuários que utilizavam serviços na referida agência da instituição. O questionário foi formulado com perguntas estruturadas abertas e fechadas. Depois de redigido, ele foi testado antes de sua utilização definitiva, aplicando-se alguns exemplares em uma pequena população escolhida.

É uma pesquisa de campo qualitativa e quantitativa com caráter exploratório considerando as tipologias referidas no estudo de Vergara (2007).

#### 4 – RESULTADOS

Num primeiro momento da pesquisa, foi feito uma análise do perfil social dos entrevistados, tais como: sexo, estado civil, faixa de idade e escolaridade. Os resultados deste perfil são apresentados no quadro1 e nas figuras 1, 2, 3 e 4.

SEXO	%	ESTADO CIVIL	%	FAIXA IDADE	%	ESCOLARIDADE	%
Masculino	51,4	Casado (a)	63,2	Até 25 anos	14,7	Fundamental	8,4
Feminino	48,6	Solteiro (a)	34,6	De 26 a 35 anos	38,3	Médio	22,0
		Outros	2,2	De 36 a 45 anos	26,4	Técnico	26,6
				Acima 45 anos	20,6	Superior	39,8
						Outros	3,2

Quadro 1 – Resultados, em percentagem, da análise do perfil dos entrevistados.

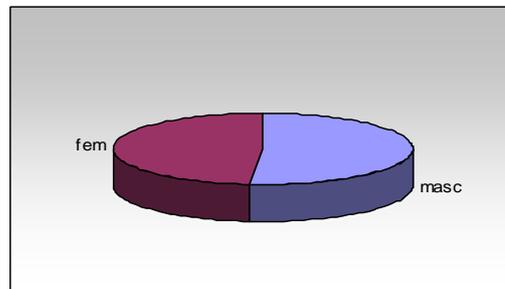


Figura 1 – Resultados, em percentagem, comparando o sexo de todos os entrevistados.

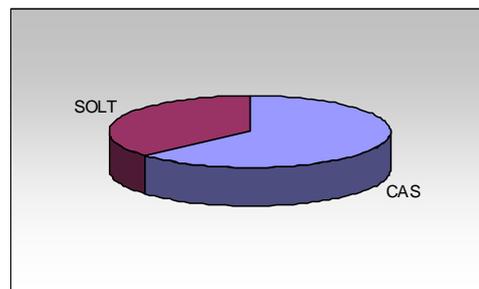


Figura 2 – Resultados, em percentagem, comparando o estado civil de todos os entrevistados.

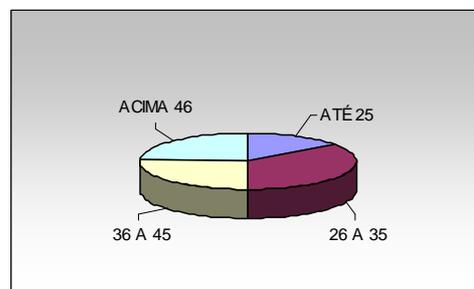


Figura 3 – Resultados, em percentagem, comparando a faixa de idade de todos os entrevistados.

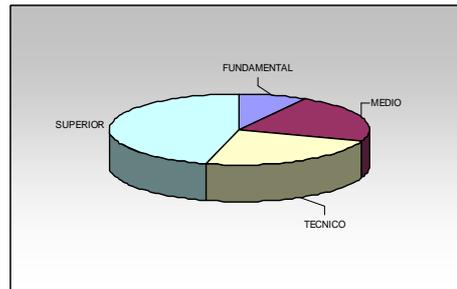


Figura 4 – Resultados, em percentagem, comparando a escolaridade de todos os entrevistados.

Pode-se observar, com relação ao sexo, que ocorreu uma diferença bem sutil entre ambos. A maior parte dos entrevistados é casado com faixa etária entre 26 e 35 anos. No que diz respeito a escolaridade, prevaleceu o nível superior.

Em seguida, foi proposto uma pergunta aberta sobre “qual o principal motivo em abrir uma conta bancária”. As respostas foram divididas entre os que possuem contas vinculadas a empresas (conta salário), ao programa universitário e os clientes normais (outros). Levou-se em consideração, também, na pesquisa, aqueles possuidores de contas em outros bancos. A idéia inicial era avaliar o que “vem na mente” das pessoas quando se fala em abrir uma conta bancaria. A **figura 5a** apresenta os resultados relativos a esta questão. Os resultados foram quantificados por número de entrevistados, ou seja, 196 entrevistados são clientes do banco em questão. Deste total, conforme **figura 5b**, 120 clientes possuem conta salário e 48 possuem conta universitária. Os primeiros relataram que, o principal motivo da abertura é o próprio salário creditado, o crédito rotativo, a comodidade, a segurança do seu dinheiro e as vantagens oferecidas. Já os clientes universitários relataram a facilidade de abertura de uma conta, os limites de crédito e o relacionamento através do programa universitário.

É importante salientar que, neste primeiro momento, ou seja, nestas duas primeiras perguntas, nenhum entrevistado mencionou nada que diz respeito a programa de gestão ambiental.

A terceira pergunta foi objetiva. Foi composta por “cinco fatores importantes para se ter uma conta em um banco”, de forma que o entrevistado sugerisse sua ordem de preferência para os fatores apresentados a ele. As **figuras 5c, 5d e 5e** apresentam os resultados quantificados das prioridades (ordem de

preferência) sugeridas pelos entrevistados. Observa-se que o “atendimento”, segundo opinião dos entrevistados, é o principal motivo que leva uma pessoa física na escolha de um banco. Isto é de fácil compreensão, porque os bancos procuram sempre inovar o atendimento nas suas unidades. Outro fator que causa um bom diferencial na escolha é a “localização”. Ela foi citada, como prioridade, por 32 clientes com conta salário, por 12 com conta universitária e por 36 clientes de outros bancos.

Com relação a gestão ambiental, apenas 6 clientes com conta salário, 8 com conta universitária e 4 clientes de outros bancos citaram-na como prioridade.

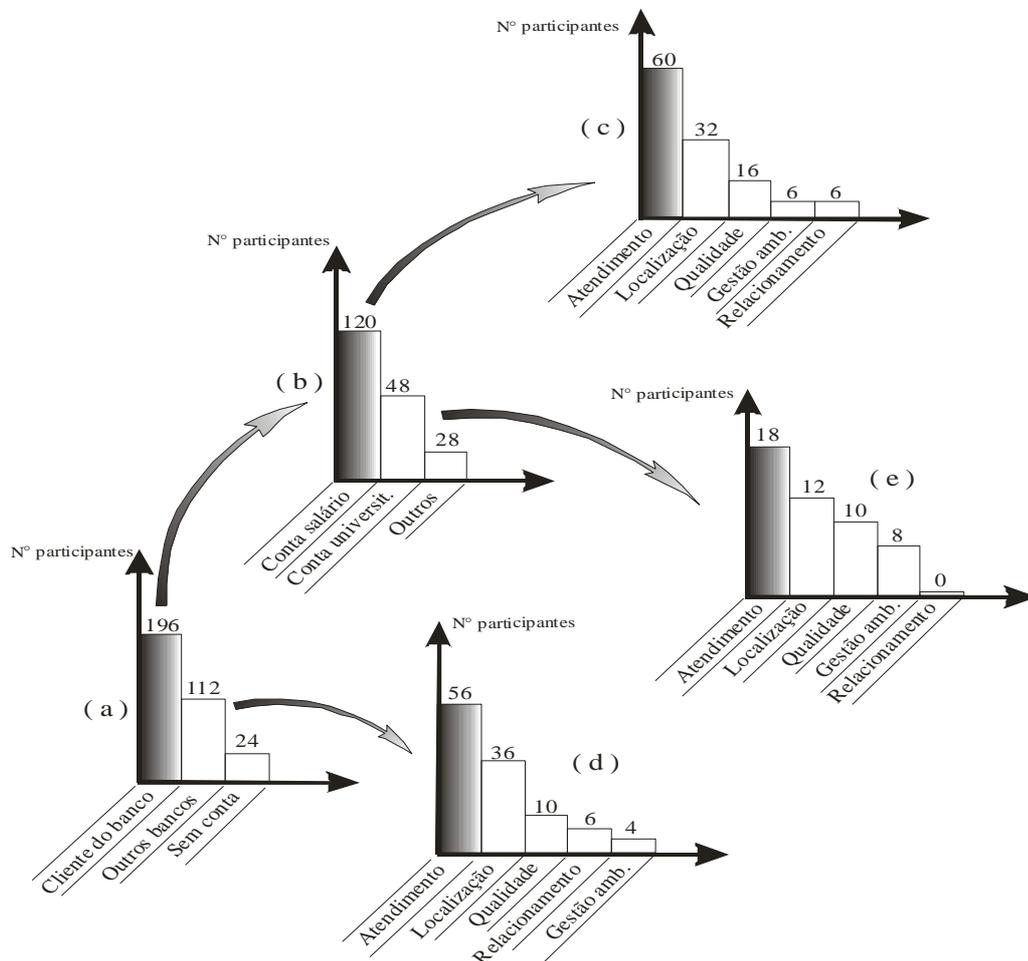


Figura 5 – Resultado quantificado (pareto) da pesquisa com relação a priorização que os entrevistados sugeriram. Sendo ( a ) a divisão entre cliente do banco, de outros bancos e pessoas não possuidoras de contas bancárias ( b ) o motivo de abertura da conta para os clientes do banco, ( c ) priorização dos clientes com conta salário, ( d ) priorização dos clientes de outros bancos e, ( e ) priorização dos clientes com conta universitária.

Ao se analisar a opinião de todos os entrevistados com relação a terceira pergunta, observa-se que o comportamento é o mesmo, ou seja, o atendimento continua sendo o motivo mais forte que leva as pessoas físicas a escolherem um banco. A **figura 6** apresenta o resultado da priorização considerando todos os entrevistados.

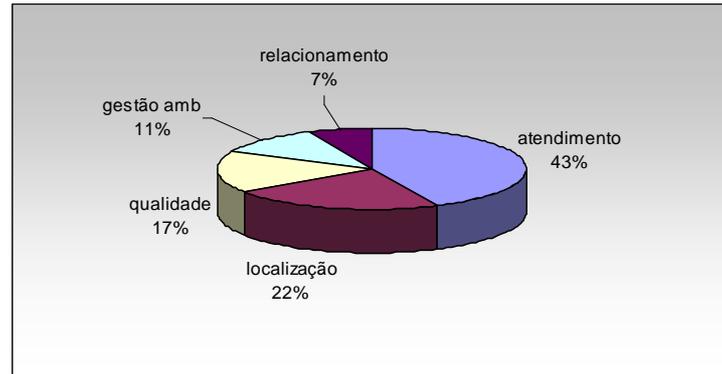


Figura 6 - Resultado da priorização considerando todos os entrevistados.

Ainda com relação a figura 6, a localização continua sendo a segunda prioridade na escolha de um banco sendo que a gestão ambiental é a quarta prioridade.

Sabendo-se que o banco trabalha com material reciclável, e que anuncia constantemente acerca de suas ações ambientais e mantém folhetos, sobre as atividades, em suas agencias, também foi inserido no questionário três perguntas com relação a gestão ambiental. O quadro 2 apresenta estas referidas perguntas bem como os resultados da pesquisa, os quais foram divididos em três colunas, ou seja, clientes com conta salário (I), com conta universitária (II) e aqueles de outros bancos (III).

PERGUNTAS	I	II	III			
	S	N	S	N	S	N
Você sabia que neste banco há financiamento sócio ambiental?	29	71	25	75	10	90
Você sabia que este banco utiliza papéis reciclados?	85	15	100	0	60	40
Você sabia que este banco já tem agências credenciadas na ISO14001?	17	83	20	80	0	100

Quadro 2 - Resultados (%) da pesquisa feita com clientes do banco que possuem conta salário (I), conta universitária (II) e entrevistados de outros bancos (III).

Os resultados mostram que, a maioria dos clientes (conta salário e universitária) ainda não conhecem os programas de gestão ambiental da instituição. Mesmo com ampla divulgação pelo banco, o interesse pelo assunto ainda é pouco. Já com relação à utilização de papéis reciclados, que são materiais de fácil visualização, o índice de conhecimento das pessoas é alto. Chegou a atingir 100% no caso dos clientes possuidores de conta universitária.

Ao finalizar a entrevista, perguntou-se sobre “a importância dos programas de gestão ambiental num banco qualquer”. O resultado foi unânime. Todos os entrevistados acham importante a implementação destes programas nos bancos.

## 5 – CONCLUSÕES

Os resultados desta pesquisa mostra que praticamente todos os entrevistados, cliente ou não do banco em questão, que a gestão ambiental não é tão essencial e decisivo ao se optar na escolha do banco.

A maioria dos clientes não conhecem os programas de gestão ambiental da instituição. Mesmo com ampla divulgação pelo banco, o interesse pelo assunto ainda é pouco. Já com relação à utilização de papéis reciclados, que são materiais de fácil visualização, o índice de conhecimento das pessoas é alto.

Ao se perguntar sobre a importância dos programas de gestão ambiental num banco qualquer, o resultado foi unânime: todos os entrevistados acham importante a implementação destes programas nos bancos.

Este trabalho não deixa dúvidas que as ações de gestão ambiental são de grande importância para as empresas. A evolução das práticas mostra que o interesse tem crescido muito nos últimos anos.

## 6 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABNT. *NBR ISO 14001: Sistemas de Gestão Ambiental - Especificação e Diretrizes para Uso.* Rio de Janeiro, 1996.

ANDRADE. R. O. B. e outros. *Gestão Ambiental.* 2ª ed. São Paulo: Makron Books, 2002.

BARROW, C. J. *Environmental Management: Principles and Practice.* New York: Routledge, 1999.

BNDES/CNI/SEBRAE. *Pesquisa de Gestão Ambiental na Indústria Brasileira.* Rio de Janeiro/Brasília, 1998.

Confederação Nacional das Indústrias - CNI. *A Indústria e o Meio Ambiente.* Sondagem Especial. Ano 2, nº 1, 2004.

COUTINHO, L.; FERRAZ, J. C. *Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira.* Campinas: Papyrus, 1994.

DIAS, R. *Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade.* São Paulo: Atlas, 2006.

HUI, I. K.; CHAN, A. H. S.; PUN, K. F. A Study of the Environmental Management System Implementation Practices. *Journal of Cleaner Production*, Hong Kong, v. 9, n. 3, jun. 2001. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com>>. Acesso em: 21 mar. 2001.

MACEDO, Ricardo Kohn. *Gestão Ambiental: Os Instrumentos Básicos para a Gestão Ambiental de Territórios e de Unidades Produtivas.* Rio de Janeiro: ABES: AIDIS, 1994.

SANCHES, C. S. *Gestão Ambiental Proativa.* RAE, São Paulo, jan/fev/mar, 2000.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número IV Jul-dez 2011	Trabalho 01 Páginas 01-13
<a href="http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia">http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia</a>	periodicoscesg@gmail.com	

SOUZA, Antonio Carlos Breves de; PINTO Junior; Dario Moreira; OLIVEIRA, José Vilmar de. *Gestão Ambiental Empresarial no Segmento Bancário: Um Estudo sobre o Interesse do Consumidor*.  

---

TACHIZAWA, Tachesy. *Gestão Ambiental e Responsabilidade Corporativa: Estratégias de Negócios Focadas na Realidade Brasileira*. São Paulo: Atlas, 2002.

VALLE, Cyro Eyer do. *Como se Preparar para as Normas ISO 14000*. 2ª edição. São Paulo: Pioneira, 1996.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Editora Atlas, 2007.