

SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL: DA RESPONSABILIDADE SOCIAL A PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL

Gustavo Gonçalves Colombo¹

Flávio José Bento Dalalio²

Fernanda Berneghini³

Orientadora: Prof.^a Ms. Vânia Cristina Pastrri Gutierrez⁴

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a sustentabilidade empresarial de forma a influenciar as estratégias empresariais de uma organização. A responsabilidade social não deve ser interpretada como peça à parte do modelo de gestão da empresa; mas como, ser sua extensão. Atrelada a essa responsabilidade há a variável ambiental, a preservação dos recursos naturais e a missão da empresa, questões significativas nas relações entre cliente e organização. Ao se organizar para um trabalho social ou de caráter ambiental, as organizações devem estabelecer um foco, pois suas atitudes não devem ter como objetivo (ou pretensão) o ganho de lucratividade financeira, ou ser apenas mais uma jogada de marketing. Devem representar uma contribuição dirigida às enormes carências da coletividade e para a preservação do meio ambiente. Muitas vezes ao abordar temas não diretamente ligados ao escopo organizacional, sobretudo aqueles que envolvem práticas cidadãs, os administradores não se atentam à necessidade de um modelo de gestão para tratá-los. Na primeira fase do trabalho foram levantadas informações sobre teorias apresentadas na revisão bibliográfica que trataram da responsabilidade social e da preocupação ambiental. A segunda fase, caracterizada pelo estudo de caso, baseia-se no levantamento de informações sobre a variável estudada. O Banco Real, Grupo Santander, é uma organização reconhecida por prestar serviços financeiros, gerando resultados sustentáveis e buscando a satisfação das pessoas. Adota uma gestão ambiental, uma política de riscos socioambientais para os clientes, monitorando as licenças ambientais, disposição dos resíduos sólidos, controle da poluição do ar e tratamento de efluentes líquidos, porque sabe que o impacto é grande para o cliente e para o futuro do planeta.

PALAVRAS-CHAVE: 1.Sustentabilidade, 2.Responsabilidade Social,

¹ Graduado em Administração de Empresas (Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIVEM/Marília-SP). Email: gustavo.colombo@univem.edu.br

² Graduada em Administração de Empresas (Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIVEM/Marília-SP). Email: fladalalio@hotmail.com

³ Graduada em Administração de Empresas (Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIVEM/Marília-SP). Email: fernanda.berneghini@itelefonica.com.br

⁴ Docente do UNIVEM.

3.Preocupação Ambiental.

ABSTRACT

The article's objective is to analyze the corporate sustainability in order to influence the business strategies. The Social Responsibility can't be interpreted as a part of the company's model of management, but as its extension. Combine with this responsibility there is an environmental variable, the preservation of environmental resources and the company's mission relevant questions concerning the relationship between the company and its clients. When organizing a social work or an environmental project, the organizations should establish a focus, because their attitudes can't be just a means to gain financial profitability, or a marketing game. They should represent a contribution to the enormous needs of the community and the preservation of the environment. For many times when the companies treat topics with issues not directly related to the organizational scope, especially when they involve human practice, the administrators do not care enough to have a model of management to treat them. In the first part of this study it was gathered the information about theories presented in the literary, review about the social responsibility and environmental concerns. The second part was characterized by a case study, based on a survey information on the variable studied. Banco Real (Group Santander) is a corporation recognized for providing financial services, creating sustainable results and seeking the people's satisfaction. It is a model of company because it adopts an environmental management, a politics of social environmental risks for clients, monitoring environmental permits, solid waste disposal, air pollution control and wastewater treatment. It cares about the social impact, which is something good for its customers and for the planet's future.

KEYWORDS: 1.Sustainability, 2.Social Responsibility, 3.Environmental Concerns.

INTRODUÇÃO

A deterioração ecológica do planeta tem aumentado a cada dia, o que significa que a civilização mundial se deparará com grandes obstáculos e tempos difíceis no futuro. Os seres humanos precisam reagir, pois o tema em questão é o futuro, que está em jogo. A Organização das Nações Unidas desenvolveu o conceito de desenvolvimento sustentável, que está baseado em um equilíbrio dinâmico entre três componentes: ambiental, social e econômico. No Brasil, o meio ambiente aparece como um direito fundamental da pessoa humana, e as mídias contribuem para uma formação da consciência ecológica do cidadão.

A questão ambiental e o futuro do planeta são duas questões cada vez mais significativas nas relações entre consumidor e empresa, já que uma empresa serve para prestar serviço para a sociedade, contribuindo para o seu desenvolvimento. No caso das organizações de varejo, especificamente, é comum encontrar o discurso de que é

importante “construir um mundo mais sustentável”. Contudo, a principal questão que importa a uma instituição bancária é o lucro. E o lucro é um sinal de que a empresa está fazendo um bom trabalho.

Para elaboração deste trabalho, foram utilizadas ferramentas de métodos, como pesquisas realizadas através de livros, artigos e dados da organização estudada; no caso, o Banco Real. O Banco Real é uma organização reconhecida por prestar serviços financeiros, gerando resultados sustentáveis e buscando a satisfação das pessoas. Desde o ano de 2002 adota uma política de riscos socioambientais para os clientes, monitoram as licenças ambientais, disposição dos resíduos sólidos, controle da poluição do ar e tratamento de efluentes líquidos.

Nesse contexto, uma das preocupações desta pesquisa é responder à questão: qual o impacto da sustentabilidade empresarial, desde a responsabilidade social até preocupação ambiental no gerenciamento das atividades das organizações?

Assim, o principal objetivo desta pesquisa, é analisar como a sustentabilidade empresarial influencia no gerenciamento das atividades do Banco Real e as variáveis internas e externas que auxiliam essa forma de gestão. Este trabalho é caracterizado por um estudo de caso realizado no Banco Real, Grupo Santander.

1-ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

1.1 Responsabilidade Social Origem

Segundo Franco Jr. (2003, p. 27); o conceito de Responsabilidade Social surgiu no final da Segunda Guerra Mundial, com os Estados Unidos e o “Plano Marshall”. Esse cenário europeu, pós-guerra, era desolador e extremamente problemático, os territórios encontravam-se praticamente destruídos, a economia mundial estava desestruturada, havia a falta de alimento para a população, de combustível e de matéria-prima, a falta de recursos disponíveis para a reconstrução da Europa e da vida econômica do país, a implementação do “Plano Marshall” atendia a todas essas necessidades.

O “Plano Marshall” foi intitulado pelo secretário de Estado George Marshall em 1947 e assinado pelo Presidente Truman, em abril de 1948 como a “Lei de Ajuda ao Exterior”, o qual destinava 17 milhões de dólares a vários países europeus, entre os

quais destacaram-se Inglaterra, França, Itália e Alemanha. "A responsabilidade social é o compromisso da empresa em contribuir com o desenvolvimento, o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida dos empregados, suas famílias e a comunidade em geral". (TORO E HOYOS, 1998, p. 4).

Os primeiros recursos a serem destinados como ajuda ao exterior atendiam inicialmente ao fornecimento de alimentos, de rações animais e fertilizantes e, depois, supriam a compra de matérias-primas, produtos de caráter semi-industrializado, a compra de maquinários, a compra de veículos e combustível. O avanço do "Plano Marshall" apresentou resultados muito positivos, alcançando assim excelentes resultados e, num período aproximadamente de dois anos, a Europa estava praticamente reconstruída beneficiando intensamente os Estados Unidos. Com o ressurgimento do continente europeu, o volume de exportação americano aumentou fortemente, consolidando assim a posição econômica americana nos países da Europa. Inicialmente, pode parecer que os Estados Unidos criaram o "Plano Marshall" agindo apenas em prol dos seus interesses próprios, porém se não houvesse o mínimo de colaboração e empatia de ajudar as sociedades mais atingidas, talvez se poderia afirmar que os Estados Unidos também não teriam conseguido se manter e ser uma das maiores potências econômicas do mundo.

Com essa análise histórica e social, repleta de ligações empáticas no sentido de colaborar com a reestruturação da sociedade, onde se enxergava um homem igual a si mesmo, deu início ao que se chama hoje de Responsabilidade Social.

1.2 Responsabilidade Social; uma análise além da Filantropia

Quando se ouve o termo Responsabilidade Social, cria-se uma ligação direta com a Filantropia, porém em sua totalidade o conceito de Responsabilidade ultrapassa esse campo de ação do voluntarismo presente na Filantropia, alcançando assim conceitos bem mais amplos.

Para Ashley (2002, p. 30):

Responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, [...] agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização [...] assume

obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos.

Ações extremamente ligadas a Responsabilidade Social incentivam atividades não assistencialistas e projetos de sustentabilidade, criando programas de atuação, nas mais diversas áreas como: desenvolver a relação entre a organização e o colaborador, desenvolvimento da comunidade no qual a organização está inserida, preservação do meio ambiente, interação com o mercado consumidor e postura ética.

Para Almeida (2003, p. 35), a Responsabilidade Social Corporativa dita a respeito de uma organização que atua com uma plataforma estruturada nos valores éticos. Criam-se, assim, ações e atividades com respeito às pessoas, à comunidade e ao meio ambiente. Difere-se então, Responsabilidade Social de caridade ou filantropia, que se caracteriza como uma ação de doação de recursos dados para a obtenção de causas particulares ou na maioria das vezes por razões particulares alcançando assim objetivos mútuos, por meio do qual se beneficia apenas aparentemente a empresa fornecedora do recurso e a receptora do mesmo. A Responsabilidade Social é a criação de uma plataforma íntegra, extremamente vinculada à visão e à missão da organização que se reflete desde os processos operacionais até o escopo administrativo.

1.3 Responsabilidade Corporativa e Sustentabilidade

Com o aumento das responsabilidades das organizações, os conceitos de responsabilidade evoluíram, alcançando novas visões e paradigmas no meio acadêmico e mercadológico.

Não existe uma definição fechada para o termo sustentabilidade, o conceito de desenvolvimento sustentável apresenta diversas variáveis, que parte de um mesmo princípio, afirmando que é o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades. Quanto à definição correta do termo sustentabilidade corporativa há vários equívocos, e nenhuma definição completa, pois na maioria das vezes tem-se por sustentabilidade corporativa uma associação com definições anteriormente conhecidos

no mercado empresarial como responsabilidade social, responsabilidade social corporativa ou cidadania corporativa.

No contexto apresentado, Almeida (2002, p. 51-53) entende como sustentabilidade corporativa ações que apresentem relações ambientais na definição da estratégia da organização, na operação e em atividades relacionadas ao negócio e nas interações mercadológicas. As atividades sociais que as organizações operam normalmente e que não estejam ligadas à estratégia e à operação do negócio, como atividades assistenciais e doações, não interferem no escopo deste trabalho. A ênfase visa compreender como aspectos sociais e ambientais relacionados ao dia-a-dia dos negócios estão sendo tratados pelas organizações.

Para Dias (2006, p. 67), as ações sustentáveis não refletem diretamente em ações mais caras, com maiores custos, ou processos mais burocráticos e retorno financeiro menos, o termo sustentabilidade apresenta uma visão segundo a qual o desempenho socioambiental avança junto ao desempenho econômico. Essa nova variável de atuação mercadológica aprimora os conceitos de eficiência e eficácia, garantindo assim maior perenidade das organizações.

Na maioria das ações em que se incorporam ações sustentáveis, há melhorias de desempenho, gerando assim ganhos financeiros de curto e longo prazo. No curto prazo evidencia-se uma diminuição significativa no consumo de papéis e similares, bem como insumos que podem ser poupados com uma consciência ambiental melhor desenvolvida. No longo prazo, as ações sustentáveis refletem em benefícios que contribuem justamente para o sucesso organizacional, como por exemplo, um posicionamento mercadológico claro que valorize a responsabilidade corporativa (DIAS, 2006, p. 69).

Segundo Dias (2006, p. 71) dois princípios têm fundamental importância na promoção da sustentabilidade empresarial: governança corporativa e inovação. Somente apoiada em boas práticas de governança corporativa uma empresa pode assegurar que os interesses das diversas partes interessadas sejam preservados. Uma empresa sustentável é justamente aquela que reconhece e valoriza sua interdependência não só com agentes internos, como os seus colaboradores, mas também com atores externos à empresa, como fornecedores e clientes. Já a inovação é o elemento catalisador da

mudança de paradigma acima mencionada, criando novos produtos, redesenhando processos existentes e repensando o modelo de negócios da organização.

2 CONCEITUANDO O TEMA SUSTENTABILIDADE

2.1 Como Surgiu a Sustentabilidade

Entre as décadas de 70 e 80 as empresas começaram a pensar em ações que minimizassem os impactos ambientais e sociais causados por elas em seu processo produtivo ou de prestação de serviços. Dessa forma planos de ação e metas foram elaborados para que as empresas crescessem e lucrassem, porém exercendo o menor impacto possível na sociedade e no meio ambiente, buscando sempre não comprometer as gerações futuras.

Segundo Dias (2006, p. 133), o conceito de sustentabilidade surgiu a partir do conceito de desenvolvimento, e no início da década de 60, Kalecki e Seers foram os primeiros a afirmar que o conceito não deve ser relacionado apenas ao desenvolvimento econômico ou só em termos do crescimento do PIB, mas também é necessário considerá-lo em termos de empregos. Pouco depois em 1990, A. K. Sen (1999, p. 37), disse que o desenvolvimento pode ser redefinido em termos universais e o exercício de todos os direitos humanos como: políticos, civis e cívicos; econômicos, sociais e culturais; bem como direitos coletivos ao desenvolvimento e ao ambiente.

O conceito de desenvolvimento sustentável surgiu pela primeira vez, com o nome de eco-desenvolvimento, no início da década de 60, meados de 70. Foi uma resposta à polarização, exacerbada pela publicação do relatório do Clube de Roma, que opunha partidário de duas visões sobre as relações entre crescimento econômico e meio ambiente: de um lado, aqueles, genericamente classificados de possibilistas culturais (ou 'tecno-centricos' radicais), para os quais os limites ambientais ao crescimento econômico são mais que relativos diante da capacidade inventiva da humanidade, considerando o processo de crescimento econômico como uma força positiva capaz de eliminar por si só as disparidades sociais, com um custo ecológico tão inevitável quanto irrelevante diante dos benefícios obtidos; de outro lado, aqueles outros, deterministas geográficos (ou 'eco-centricos' radicais), para os quais o meio ambiente apresenta limites absolutos ao crescimento econômico, sendo que a humanidade estaria próxima da catástrofe. Mantidas as taxas observadas de expansão de recursos naturais (esgotamento) e de utilização da capacidade de assimilação do meio (poluição) (ROMEIRO, 1999, p. 2-3).

Até meados da década de 50 o desenvolvimento sempre foi relacionado com progresso, com o fato das organizações enxergarem oportunidades de desenvolverem ações na sociedade e no meio ambiente fez com que o termo “responsabilidade social” se transformasse em sustentabilidade, entrando, dessa forma, no planejamento estratégico das empresas.

Porém os assuntos relacionados ao verde, vêm sendo desenvolvidos desde a década de 50, com o surgimento de programas ambientais e com a entrada dos ambientalistas e dos “hippies”, que nos anos 60 deram origem à publicação da causa ambiental.

Dias (2006, p. 140), afirma que no início dos anos 70 foi elaborado o relatório Limites do Crescimento e da Conferência de Estocolmo sobre o Ambiente Humano, que levantou as preocupações existentes sobre as questões ambientais, iniciando um processo de regulamentação governamental. Entre os anos de 1972 e 1997 foram elaborados vários debates e acordos entre os países e principalmente pela ONU, um dos mais importantes foi o Relatório Brundtland, desenvolvido em 1987 pela então primeira-ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, que foi nomeada como a chefe da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento.

Esse relatório teve como objetivo avaliar as questões de meio ambiente e desenvolvimento do planeta, elaborando propostas reais para solucionar os problemas encontrados, para que a humanidade progredisse, e para que isso ocorresse sem que a natureza fosse prejudicada. Como resultado, o relatório mostrou, em 1987, a incompatibilidade entre o desenvolvimento sustentável e os padrões de produção utilizados por muitas organizações e consumo do produto na época.

O relatório foi elaborado em um tom de alerta aos governantes para que eles assumissem a responsabilidade pelos impactos ambientais produzidos, juntamente com as decisões políticas que os deu origem. No Relatório de Brundtland, o termo sustentabilidade que foi mencionando pela primeira vez, foi definido como “a satisfação das necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”, e segundo ele os países deveriam realizar algumas medidas para promover a sustentabilidade.

A partir da confecção do Relatório de Brundtland o termo sustentabilidade foi sendo cada vez mais utilizado e divulgado, sendo que recentemente, em 1992, a ONU realizou uma conferência sobre meio ambiente e desenvolvimento na cidade do Rio de Janeiro, conhecida como ECO 92, na qual o principal avanço obtido durante a conferência foi a inserção dos temas sócio-econômicos e ambientais na pauta de preocupações da maioria dos governos e populações ao redor do mundo.

Com o passar do tempo e com a assimilação cultural, houve uma grande aderência da população ao tema, que é imprescindível e indispensável nos dias atuais. Dessa forma, com uma maior exigência, não só do governo, mas também do cliente, as empresas foram obrigadas a adequarem-se a esse novo processo que tornou-se um diferencial competitivo para as empresas no mercado global.

2.2 Sustentabilidade e seus Conceitos

A evolução dos conceitos de sustentabilidade exerce influência nos atos e ações das organizações do mundo todo, as decisões agora não partem apenas dos problemas econômicos, envolvem ainda esferas de decisões sociais e ambientais. Essa evolução no contexto empresarial gera grandes pressões nas organizações por parte da sociedade, como o surgimento de movimentos sociais, reivindicações e por outras ações que resultam em novas leis. Essa mudança afeta intensamente a esfera social e política em que a organização atua, reformulando assim novas diretrizes para que a mesma possa continuar seu objetivo de forma correta e eficaz, não considerando apenas o retorno financeiro.

Sobre esse aspecto, a visão tradicional das organizações tende a se atualizar, pois não há apenas preocupações financeiras e, caso essa visão não evolua a organização estará sujeita ao declínio. Portanto, as decisões internas das organizações consideram as influências exercidas pelo meio externo, somando-se assim, esferas de caráter social, político e ambiental às tradicionais variáveis econômicas. As preocupações organizacionais aumentaram, e hoje englobam temas como segurança, proteção e defesa do consumidor, ações ecológicas, conceitos de qualidade e outros temas que não exerciam influências de forma tão intensa nas últimas décadas e que atualmente têm pressionado as organizações a incorporarem esses valores a seus conceitos.

Donaire (1999, p. 57) disserta afirmando que as organizações que apresente conceitos de responsabilidade socioambiental, assumindo assim essa postura, acabam ganhando um melhor posicionamento mercadológico, uma melhor imagem institucional, resultando assim em mais consumidores, maior número de vendas, empregados mais capacitados, melhores fornecedores, acesso mais fácil ao mercado de capitais, entre outros. Esse conceito remete a pensar que a maximização do lucro será evidente no longo prazo, e que no curto prazo as organizações que se comprometem com os problemas sociais e ambientais operam como um lucro menor.

O envolvimento das organizações com os conceitos sustentáveis e as plataformas de sustentabilidade transforma um negócio eficaz que gera contribuições na melhoria de qualidade de vida e nos recursos sustentáveis naturais. A preocupação com problemas como poluição, faz com que as organizações reavaliem, por exemplo, o seu processo produtivo, inserindo assim tecnologias limpas e o reaproveitamento de resíduos. Isso tem gerado inúmeros ganhos e economias, que não seriam obtidas caso o problema não fosse focado.

Os benefícios alcançados na esfera econômica resultam na economia de custos ou aparecem como incremento de receitas, os benéficos estratégicos geram a melhoria na imagem institucional, uma renovação nos conceitos organizacionais, um aumento na capacidade produtiva, alto comprometimento dos colaboradores, melhoria nas relações interpessoais e nas relações de trabalho, melhoria na criatividade, maior confiança em encarar novos desafios e melhor relação com os órgãos governamentais, com a comunidade na qual a organizações está inserida e com os grupos ambientalistas.

A inclusão da sustentabilidade nas organizações acontece por meio da gestão organizacional na qual a mesma está inserida. A alta administração é fundamental para que os conceitos e as iniciativas que estabelecem proteção e responsabilidades sociais e ambientais tenham sucesso. Estudos realizados nos anos noventa por Hunt e Auster (1990) evidenciaram o que voltou a se confirmar por Nonaka e Toyama (2005), que a integração da sustentabilidade nas organizações acontece primeiramente pela média gerencia tomando, assim, as primeiras iniciativas quando a organização encara problemas ambientais ou sociais. Muitas vezes essas ações acontecem sem um apoio

expresso dos níveis mais alto, até que certo nível de maturidade mais alta tenha sido atingindo, criando assim uma sinergia entre todos os níveis hierárquicos.

Quando a alta administração assume um comprometimento efetivo nos conceitos de melhoria da qualidade ambiental nos processos e produtos da organização, geram inúmeros benefícios e esforços que na maioria das vezes são bem sucedidos. Assim, a alta administração é um elo fundamental entre a organização e os conceitos sustentáveis, seja no ambiente interno ou externo da organização. Inúmeras novas abordagens têm surgido para que as organizações sejam proativas, estabelecendo e reforçando, assim, na alta administração, comprometermos com as variáveis sustentáveis.

2.3 Sustentabilidade e suas Dimensões

Atualmente os conceitos de sustentabilidade empresarial apresentam diferentes interesses e inúmeras recomposições, apresentando assim inúmeros conceitos e práticas a uma mesma denominação. No entanto, as definições afirmam que a sustentabilidade é um elo composto por três dimensões: econômica, social e ambiental.

Para Dias (2006, p. 147), a dimensão ecológica, ou ambiental, pode ser dividida em três novas subdimensões. A primeira apresenta a ciência ambiental e inclui ecologia, diversidade do hábitat e florestas. A segunda subdimensão inclui qualidade do ar e da água (poluição) e a proteção da saúde humana por meio da redução de contaminação química e da poluição. A terceira subdimensão foca a conservação e a administração de recursos renováveis e não-renováveis e pode ser chamada de sustentabilidade dos recursos.

A sustentabilidade ecológica pode ser atingida através da avaliação de padrões de consumo e análises desses padrões. Pode-se, também, promover o controle intensivo das economias agressoras do meio ambiente, criando assim medidas que verifiquem e que penalizem tais ações incoerentes.

A dimensão econômica abrange a economia formal e também as atividades informais que provêm serviços para indivíduos e grupos e aumentam, assim, a renda monetária e o padrão de vida dos indivíduos. Segundo Room (1996, p. 53), o retorno financeiro reflete a avaliação dos consumidores para os bens e serviços da empresa,

assim como a eficiência com que os fatores de produção são utilizados, como capital, trabalho, recursos naturais e conhecimento. Alguns fatores que influenciam a avaliação do consumidor são utilidade, preço, qualidade e *design*. Retorno financeiro pode ser considerado um indicador do desempenho da empresa no curto prazo e uma base para a continuidade da empresa no longo prazo. A sustentabilidade econômica pode ser alcançada pela alocação eficiente dos recursos e pelas modificações dos atuais mecanismos de orientação dos investimentos.

A dimensão social consiste no aspecto social relacionado às qualidades dos seres humanos, como suas habilidades, dedicação e experiências. A dimensão social abrange tanto o ambiente interno da empresa quanto o externo. Indicadores para a dimensão social podem variar de uma empresa para outra, mas alguns são considerados comuns para diferentes setores de atuação. Dentre esses indicadores comuns, podem-se citar compensação justa, horas de trabalho razoáveis, ambiente de trabalho seguro e saudável, proibição de mão-de-obra infantil e de trabalho forçado, e respeito aos direitos humanos.

Outros indicadores são a criação de política social, o investimento em capital humano, o direito à associação, entre outros. A sustentabilidade empresarial visa o processo de melhoria na qualidade de vida da sociedade, pela redução das discrepâncias entre a opulência e a miséria, por meio de diversos mecanismos. Esses mecanismos podem ser: nivelamento do padrão de renda, acesso a educação, moradia e alimentação, entre outros.

2.4 Sustentabilidade Empresarial

Diante deste panorama as empresas passam a se reestruturar para se adequarem a esta nova percepção. As pressões sociais e restrições impostas fazem com que as empresas sejam forçadas a buscar formas de reduzir seu impacto ambiental e a melhorar sua imagem frente a sua responsabilidade social. Neste sentido, muito tem sido feito para a sustentabilidade do setor produtivo. (CORAL, 2002, p. 61).

O novo cenário e os acontecimentos atuais que condizem com sustentabilidade dos recursos surgiram na década de 60, quando se questionou a relação existente entre o crescimento organizacional e o meio ambiente. Duas variáveis se formavam naquele momento: a primeira dissertava a respeito do limite do crescimento, que o crescimento

exponencial ilimitado não era compatível com a quantidade disponível de recursos naturais, restava como saída menos catastrófica o acompanhamento imediato do crescimento apontando assim o outro lado da moeda denominado crescimento zero.

Com imagem reforçada e dependendo dos resultados dos projetos sociais por ela financiados, a empresa torna-se mais conhecida e vende mais. Seus produtos, serviços e, sobretudo sua marca, ganham maior visibilidade, aceitação e potencialidade. Clientes tornam-se orgulhosos de comprar produtos de uma empresa com elevada responsabilidade social. Fornecedores sentem-se motivados em trabalhar como parceiros de uma empresa desta natureza. O governo e a sociedade civil tornam-se parceiros desta empresa em seus empreendimentos sociais. Os concorrentes reconhecem o ganho de valor desta empresa. [...] Os seus funcionários orgulham-se e sentem-se motivados em trabalhar nesta empresa. (MELO NETO; FROES, 1999, p. 31)

Havia afirmativas que diziam que os problemas ambientais foram inventados pelos países desenvolvidos para segurar a ascensão do Terceiro Mundo e que, quando a renda aumentasse, a discussão sobre a deterioração ambiental voltaria à tona. Posteriormente a essas ações a preocupação com o meio ambiente passou a ser tema das discussões políticas e das estratégias das organizações, pois possibilitavam ou limitavam o desenvolvimento.

A partir de 1987, o termo sustentabilidade empresarial popularizou-se quando foi utilizado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas em seu relatório Nosso Futuro Comum, também conhecido como Relatório Brundtland. Desde então, esse relatório vem discutindo o desenvolvimento sustentável, assunto complexo que atinge o ambiente internacional e atualmente está relacionado a grandes pesquisas e organismos multilaterais.

O enfoque central é o balanceamento da proteção ambiental com o desenvolvimento social e econômico, desenvolvendo assim ações responsáveis com processos de mudanças, onde a exploração de recursos materiais, os investimentos financeiros e o desenvolvimento tecnológico caminhem harmoniosamente na mesma direção. A tecnologia apresenta ações orientadas para um equilíbrio entre a natureza e a inovação, criando assim um processo de transformação que apresente crescimento

econômico e mudanças sociais e culturais, respeitando os ecossistemas, incorporando ações ambientais em todos os setores.

Na política internacional, o tema se enriquece apresentando o conceito de igualdade e justiça entre grupos sociais, países e gerações. Esses conceitos são apresentados como princípios sustentáveis: equidade, democracia, princípio precaucionário, integração política e planejamento. A equidade apresenta os problemas ambientais relacionados à desigualdade social e econômica. A democracia disserta sobre a importância de se solucionar problemas ambientais de forma democrática, considerando assim a opinião dos pobres e menos favorecidos, incentivando a participação da comunidade na tomada de decisão. O tema apresenta a ideia de que a falta de certeza científica não pode ser a razão para se adiar medidas de prevenção ambiental ou de proteção ambiental. Esse princípio é consistente com a noção de que existem alguns danos irreversíveis, sendo necessário diminuir a pressão sobre o meio ambiente. Os princípios de integração política e planejamento vão ao encontro da ideia de integração econômica, social e ambiental. Integração política envolve a criação de novas estruturas, a reforma das instituições existentes e a transformação dos processos políticos atuais.

3 BANCO REAL-ESTUDO DE CASO APLICADO.

3.1 Metodologia

A metodologia utilizada na pesquisa em questão apresenta uma detalhada descrição dos procedimentos e atividades abordadas para a sua realização. As informações obtidas na maioria das vezes são de caráter qualitativo e, para um maior entendimento dos objetivos estipulados esse estudo foi dividido em duas fases.

No primeiro momento, obteve-se um levantamento das informações e teorias apresentadas na revisão bibliográfica, abordando temas ligados a áreas de responsabilidade social, ética e desenvolvimento sustentável e preocupação ambiental. A fase posterior baseou-se no estudo das relações do Banco Real com todas as suas cadeias de stakeholders e as ações aplicadas ao seu mercado de atuação.

3.2 Caracterização da Pesquisa

A pesquisa se caracteriza pela documentação, incluindo levantamento de dados e informações sobre o Banco Real através de caminhos pré-determinados como a revisão literária, a apresentação do problema e a pesquisa, denominada estudo de caso além dos conceitos fundamentados pela revisão da literatura.

O problema de pesquisa pertence a uma esfera de análise conceitual, de forma que as respostas qualitativas afirmam que existe uma relação intensa entre o sujeito e o mundo real, excluindo, assim, a necessidade de análises e técnicas estatísticas, sendo o ambiente a fonte de coleta de dados e análise dos mesmos.

3.2.1 Apresentação do Problema e Objetivos da Pesquisa

As ações de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável criam valores para a organização? Até que ponto esses conceitos são ferramentas administrativas de fato que causam a diferença nas organizações ou se tornam apenas variáveis mercadológicas perante o marketing do consumo?

Quais as estratégias e as decisões de uma organização que opera visando os temas como responsabilidade social e preservação do meio ambiente? Todos os envolvidos na organização deverão refletir e desenvolver sistemas de busca de soluções que não desperdice os recursos naturais, que preserve o meio ambiente e assegure a perenidade e a lucratividade da organização, lançando produtos e serviços competitivos no mercado.

Assim, a investigação proposta na pesquisa pretende encontrar variáveis que ajudem a entender e solucionar o seguinte tema-problema:

Qual o impacto da responsabilidade social e da preocupação ambiental nas atividades de uma organização sustentável? Essa variável se torna uma vantagem competitiva?

Com base no problema, a pesquisa possui como objetivo geral entender e analisar como a responsabilidade social e ambiental influencia no gerenciamento das atividades do Banco Real.

Através desses objetivos, criou-se um método de análise e de referência que orientou a pesquisa e o desenvolvimento do trabalho através dos objetivos específicos, desenvolvendo, assim, a pesquisa da seguinte forma.

Revisão da literatura sobre responsabilidade social e ambiental nas empresas, incluindo temas como ética, valores e transparência, a visão do mercado e do cliente através dos sistemas de marketing responsável e ações sustentáveis e o desenvolvimento sustentável e a sustentabilidade.

As ações sustentáveis realizadas nas organizações têm grandes repercussões na sociedade com o um todo, na comunidade envolvida e no meio ambiente, podendo gerar benefício à parte externa ou causar prejuízo à saúde. A responsabilidade social e ambiental deve ser respeitada e atribuída às atividades, evitando assim qualquer dano ou prejuízo às pessoas e ao meio ambiente.

A gestão ambiental é uma gestão organizada, planejada e possui inúmeros quesitos e variáveis que reduzem o impacto que as organizações causam no meio ambiente natural e na qualidade de vida. Ela cria novos valores junto ao mercado consumidor, modificando assim hábitos de consumo sempre que a satisfação de uma necessidade humana gere um desconforto social ou ambiental.

As variáveis administrativas de uma organização exercem inúmeras funções, desde estabelecer objetivos, desenvolver planos e ações, ações políticas, procedimentos internos e externos, estratégias e táticas. Também cabe à administração a aplicação dos princípios administrativos como organizar, coordenar, dirigir, controlar e comunicar. O Banco Real exerce as práticas acima citadas de forma coerente com as ações sustentáveis. Desde a integração e o treinamento dos colaboradores, até a compra e aquisição de móveis com selo ambiental para as agências, a reciclagem de papel e a economia de energia são aplicações práticas exercidas durante o dia a dia.

No site do Banco Real, é possível encontrar inúmeros ícones relacionados à sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável, orientações aos clientes e cursos de ações sustentáveis.

3.3 Tipo da Pesquisa e Técnica de Coleta de Dados

A coleta de dados se realizou através do processo de observação da realizada e análises baseadas no roteiro semi-estruturado das variáveis do Banco Real e suas relações. A observação consiste no registro de comportamentos, fatos e ações relacionadas ao objetivo da pesquisa (MATTAR, 1996, p.36).

3.4 Instrumentos de Coleta de Dados

A partir da combinação dos dados secundários e de acordo com os objetivos da pesquisa, realizou-se a estruturação do instrumento de coleta que foi aplicado nesta pesquisa. O instrumento disserta a respeito de levantar e classificar as informações em úteis e não-úteis, realizando posteriormente análises sobre elas.

3.5 Análise de Dados

Após a coleta de dados, e a releitura dos mesmos cabe o processo de análise de dados. A análise dos dados significa trabalhar o material obtido durante a pesquisa (LUDKE; ANDRÉ, 1986, p. 41-42), essa interação ocorre por meio da observação do pesquisador durante a relação com o material e estudo.

Duas grandes partes facilitam esse entendimento. Na primeira delas, o material deve ser organizado, dividido e subdividido em partes que permitam a sua identificação quanto a tendências e padrões relevantes. Criam-se, assim, categorias descritivas através das variáveis de pesquisas a partir do objetivo e da revisão literária.

O segundo momento, diz respeito à reavaliação das tendências e padrões na busca de relações. “É preciso que o pesquisador vá além, ultrapasse a mera descrição, buscando realmente acrescentar algo à discussão já existente sobre o assunto focalizado” (LUDKE; ANDRÉ, 1986 p. 49), ou seja, o pesquisador precisa ir além da apresentação organizada dos dados. É necessário estabelecer relações entre o fenômeno observado e a teoria, para que os resultados sejam contundentes.

3.6 História do Banco Real

No ano de 1995, Clemente Soares Faria fundou com um grupo de amigos a Cooperativa de Crédito, na capital mineira. Tornou-se o Banco da Lavoura de Minas Gerais (BANCO REAL, 2010)

Transferiu a sede para São Paulo, em 1945, com o objetivo de ganhar clientes paulistas e passou a ser a quinta maior instituição financeira do Brasil (BANCO REAL, 2010)

Seu filho, Aloysio de Andrade Faria, nascido no dia 9 de novembro de 1920, na cidade de Belo Horizonte tornou-se o dono do Banco, após a morte do pai, e mudou o nome da instituição para Banco Real (BANCO REAL, 2010)

Nos anos 40, o Banco financiou a construção do porto de Vitória, no Espírito Santo. Em meados dos anos 50, a desapropriação de terras para a construção de Brasília também foi viabilizada pela instituição (BANCO REAL, 2010)

O Banco Real foi o primeiro banco a se instalar na cidade que surgia no cerrado e a primeira agência de um Banco brasileiro em Nova York, em 1964. Foi ainda o responsável por uma inovação do sistema bancário, criou uma escola para a formação de gerentes e começou a conceder empréstimos de Natal para os funcionários (BANCO REAL, 2010)

Em 1998, vendeu o Banco Real, com 1,4 mil agências e 17 mil funcionários para o grupo financeiro Santander, que tem patrimônio líquido de R\$ 900 milhões, ativos de R\$ 8 bilhões e administra recursos de R\$ 6 bilhões (BANCO REAL, 2010)

3.7 Gestão Ambiental no Banco Real

Para o Banco Real, Grupo Santander, ser sustentável é obter sucesso em um país em pleno desenvolvimento, buscando resultados e acreditando em uma menor desigualdade social, mais humanismo e interesse nas gerações futuras. Por acreditar na sustentabilidade, o Banco busca estabelecer relacionamentos duradouros com seus funcionários, clientes e fornecedores.

Atualmente a gestão ambiental em consequência dos objetivos traçados para o processo de produção em cada vez mais se destacando em termos de competitividade.

Para construir uma sociedade sustentável para as futuras gerações, é necessário repensar sobre as tecnologias atuais utilizadas nas organizações, repensar as instituições sociais, os projetos humanos e, como consequência, repensar a sustentabilidade. As organizações humanas devem passar por mudanças fundamentais, para se adaptar ao novo ambiente empresarial que visa tornar-se ecologicamente correto (CAPRA, 2002, p. 111).

Apesar de ser uma instituição financeira que tem todos os produtos e serviços tradicionais, o Banco Real, Grupo Santander, busca sempre a satisfação total do cliente

e, para isso, investe no atendimento, executando-o de maneira exemplar, com qualidade e experiência financeira.

Para incentivar seus clientes a adotarem práticas sustentáveis, o Banco Real, Grupo Santander, criou financiamentos para questões de resíduos e eficiência energética, criou para as pessoas físicas uma linha de empréstimos para aprimoramento profissional, inclusão de portadores de deficiência física e utilização de energia renovável, como a solar.

Para O Banco Real, Grupo Santander não há interesse em se fazer qualquer negócio; dessa forma, foram estabelecidos padrões e princípios de negócios com a finalidade de orientar sobre o posicionamento do Banco em relação à sustentabilidade, reforçando sua missão e seu modelo de negócios. Esses padrões foram elaborados para a aplicação dos valores corporativos que são: integridade, respeito, profissionalismo e trabalho em equipe.

O Banco Real, Grupo Santander, faz questão de divulgar que quer ao seu lado clientes que se identifiquem com seu jeito de fazer negócio, mas pelo fato da sociedade estar em período de mudança cultural, não pode deixar de trabalhar com os clientes que não aderirem à questão da sustentabilidade, porém pode escolher não trabalhar com clientes que possuem atividades ilícitas, fora dos valores da instituição.

O Banco procura cada vez mais investir na capacitação dos seus funcionários, passando através de cursos e treinamento, conhecimento sobre sustentabilidade para que possam realizar negócios e inserir o tema sustentabilidade nos processos do cotidiano através de iniciativas próprias e projetos de voluntariado.

Buscando sempre contribuir de forma significativa com o meio ambiente, todos os prédios administrativos do Banco Real e 98% das agências possuem coleta seletiva de lixo, metas para redução do consumo de água, energia elétrica, resíduos de copos plásticos, papel e lixo.

No início de 2010, o Banco Real, Grupo Santander inaugurou sua primeira agência totalmente sustentável, onde todo o material utilizado para construção foi adquirido através de fornecedores que estão produzindo seus produtos de forma sustentável, a energia é utilizada por meio de dispositivos que captam a luz do sol e

transformam-na em eletricidade, os materiais são utilizados de forma consciente e toda a agência é adaptada para portadores de deficiência física.

O modelo de satisfação do Banco funciona na prática a partir da construção de uma relação de confiança com a empresa que visa o lucro e o desejo de perpetuar o negócio e torná-lo cada vez mais um modelo a ser seguido. O cliente que faz negócios recomenda o Banco para outros clientes.

3.8-Impactos no Gerenciamento das Atividades do Banco Real

O Banco Real é uma organização reconhecida por prestar serviços financeiros de qualidade exemplar aos clientes, gerando resultados sustentáveis e buscando a satisfação de pessoas e organizações, que juntos contribuam para a evolução da sociedade.

Desde o ano de 2002, adota uma política de riscos socioambientais para os clientes, monitora as licenças ambientais, disposição dos resíduos sólidos, controle da poluição do ar e tratamento de efluentes líquidos. Por princípio, o Banco Real não financia projetos e atividades de empresas que utilizem trabalho infantil, extraiam ou revendam madeira sem o selo verde, atuem no ramo de extração e fabricação de produtos que contenham amianto, fabriquem armas ou munição ou tenham feito plantios em áreas desmatadas nos últimos cinco anos (BANCO REAL, 2010)

Em relação ao sistema financeiro, os Bancos cada vez mais são co-responsabilizados de uma maneira formal ou informal pelo crédito que concedem. Tornou-se necessário para evitar o desmatamento ilegal de uma floresta com dinheiro financiado, por exemplo. (BANCO REAL, 2010)

O destaque é que o Banco Real foi o primeiro na criação de uma área de risco socioambiental no Brasil. O Banco Real desenvolveu no ano de 2001, o fundo Ethical, uma opção para investidores destinarem recursos para empresas com boas práticas ambientais e sociais comprovadas (BANCO REAL, 2010)

Além de adotar medidas de gestão, o Real analisa os riscos socioambientais e cria opções de investimentos, entende que pode compartilhar com fornecedores e clientes a busca de uma boa postura ambiental. Também estimula seus fornecedores de móveis a certificar que seus produtos são sustentáveis.

Há diversos ramos de atividades que merecem atenção do Banco Real, como prospecção, exploração de petróleo ou gás, agricultura, pecuária, madeireira, plantação de fumo, curtume, indústria química, construção civil, transporte de produtos químicos, aterros sanitários e estações de tratamento de esgoto (BANCO REAL, 2010).

3.8.1 Gerenciamento das Atividades Internas do Banco Real

O Banco Real, para reduzir os impactos ambientais das agências e prédios administrativos, realiza tarefas como o cuidado com o lixo e resíduos gerados. No ano de 2002, o Banco Real, Grupo Santander desenvolveu o programa de eco-eficiência. O programa tem como base produzir mais, usando menos recursos naturais e compreende o conceito dos 3Rs (reduzir, reutilizar e reciclar). Nos dias de hoje, Dois 2010, todos os prédios administrativos e cerca de 99,3% das agências realizam a coleta seletiva. Foram traçadas metas para reduzir o consumo de água, de energia elétrica e a geração de resíduos como copos plásticos, papel e lixo. (BANCO REAL, 2010).

No ano de 2003, foi criado como regra para o Banco Real, Grupo Santander, o uso de papel reciclado em larga escala. Gradativamente as impressoras, copiadoras e materiais de comunicação, inclusive anúncios, outdoors, talões de cheques e extratos, passaram a utilizar papel reciclado. Hoje, ele está presente em quase 97,8% dos processos e materiais impressos. (BANCO REAL, 2010).

O papel é um dos recursos mais utilizados em um Banco. A adoção do papel reciclado, além de contribuir para a redução do lixo, traz benefícios para o meio ambiente e para a sociedade. O reciclado é composto por 75% de aparas de produção e 25% de material pós-consumo, recolhido por cooperativas de catadores de rua (BANCO REAL, 2010).

No ano de 2007, a agência do Banco Real situada em Cotia (SP), é a primeira, no Brasil, a adotar os preceitos da construção sustentável. O prédio foi o pioneiro na obtenção do certificado de construção sustentável do LEED (Leadership in Energy And Environmental Design) na América do Sul. (BANCO REAL, 2010).

Ainda no ano de 2007, foi colocado em prática um plano para redução da PAG (Pegada de Aquecimento Global), que foi de 2,02 toneladas de gases de efeito estufa em 2005, para 1,51, em 2007. E a meta é que, em cinco anos, a quantidade de emissões caia

para uma tonelada ou menos por funcionário. O principal foco do plano é diminuir o consumo de energia elétrica, que responde por 61% de nossas emissões de gases de efeito estufa. Desde dezembro de 2007, o Banco Real é usuário do mercado livre de energia e a energia de seus dois principais prédios administrativos provém de PCHs (pequenas centrais hidrelétricas – que são mini-unidades geradoras de energia e produzem até 30 MW, inundando uma área máxima de 3km²), reduzindo suas emissões de gases de efeito estufa (segundo o protocolo de Kyoto, fontes de energia consideradas alternativas não apresentam emissões de gases de efeito estufa). Além disso, também houve redução de 12%, nos últimos três anos, do consumo de energia, através de ações destinadas a esta redução do consumo. Além da redução, compensou as emissões diretas de Gases de Efeito Estufa (frota de veículos, helicóptero e geradores), bem como das emissões decorrentes de viagens de funcionários, geração de resíduos orgânicos e eventos organizados pelo Banco. Para esta redução ocorrer, foi criado o Projeto Floresta Real, que tem o objetivo de promover e contribuir para a restauração da Mata Atlântica na bacia do Rio Juquiá, no interior do Estado de São Paulo (BANCO REAL, 2010).

O Banco Real precisou rever os processos de gestão, nas práticas, para obter a sustentabilidade, eco-eficiência, relacionamento com fornecedores, gestão de risco, educação e governança. Foi preciso treinar funcionários e fazer com que eles refletissem sobre a sustentabilidade (BANCO REAL, 2010).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devido a grandes mudanças que o mundo atual sofreu e ainda vem sofrendo, hoje uma organização para alcançar seus objetivos, seus resultados e a sua perenidade, não basta simplesmente desenvolver técnicas e estratégias mercadológicas, mas lidar diariamente com pessoas e atender a suas necessidades, a necessidade de seus colaboradores.

No passado, o método de trabalho de Ford, em que seus colaboradores eram encarados como uma máquina que tinha como a única preocupação a fabricação de seus automóveis, foi deixado para trás. Naqueles tempos, não se preocupava com as necessidades internas e externas destes. Hoje, acredita-se que os colaboradores são também os consumidores, assim as organizações devem ter o mesmo respeito para com

esses. O meio empresarial começa a usar dos conceitos da Responsabilidade Social para alcançar os seus objetivos.

O mundo moderno opera em uma busca incessante de produtividade de escala, redução de custos, mão de obra barata. Porém, a evolução do conhecimento permitiu identificar que a razão de uma organização não é apenas esses números, mas o que esta pode realizar para melhorar a humanidade. Instituições que não colocam esses fatores financeiros como seu único e exclusivo motivo de existência vêm alcançando dimensões que muitos não acreditavam que seriam alcançados, seu motivo de existência é a disseminação da ideia de que todos temos poder de mudar as coisas garantindo assim bons resultados e a consciência de um mundo melhor.

Cada vez mais as pessoas se conscientizam que podem mudar a situação em que vivem tendo a organização um papel importante nesse processo, buscando trabalhar com pessoas capacitadas na sua área profissional, mas que também tenham a sensibilidade de captar a importância de ajudar o próximo ou até mesmo de dar os primeiros passos para uma vida mais próspera. Acredita-se que ainda as pessoas podem dar um pouco de seu tempo e de sua energia para desenvolverem uma tarefa que não vai lhe render um lucro monetário, mas somente um lucro pessoal.

Nas variáveis da Responsabilidade Social, cada empresa, cada órgão, cada pessoa precisa agir de forma ética e responsável diante de seus atos; a sociedade e o todo têm apenas lucros; já desta maneira, crianças, adultos e idosos terão seu direito à educação, cultura e à vida mantidos e preservados, assim como a natureza, a terra os mares, os bichos. Talvez o uso de uma gestão socialmente responsável, possa não trazer lucros ou retornos de investimentos em curto prazo em relação ao dinheiro empregado, no entanto com certeza, apenas saber que está contribuindo para a melhoria do Planeta já é um retorno muito mais saudável e confortante que o retorno financeiro e a degradação ou o ato de ficar esperando a vontade dos outros.

A Sustentabilidade traz uma série de benefícios e resultados positivos, como a melhoria na eficiência produtiva, utilizando menos energia e materiais por unidade, minimiza a quantidade de resíduos jogados no meio ambiente, proporciona o desenvolvimento de tecnologias mais limpas, proporciona o desenvolvimento de novos

produtos para novos mercados, a melhora da imagem da empresa em relação a clientes e fornecedores e a segurança dos próprios trabalhadores.

As organizações que adotam uma gestão ambiental como responsabilidade social e as variáveis sustentáveis, conseqüentemente podem obter maior lucro e resultado, aumentando assim a sua parcela no mercado em que atua e alcançando um maior retorno sobre os seus concorrentes. Essas ações em parceria com outros interessados como os governos e as outras organizações fazem com que essa empresa tenha uma licença para funcionar sem degradação e, conseqüentemente, para diminuir os riscos ambientais, obter maior satisfação dos seus clientes, melhorar a qualidade de seus produtos e a moral de seus colaboradores.

Com as evoluções de todas essas variáveis e dos conceitos de Responsabilidade Social e da Sustentabilidade, além das empresas e dos Governos, os Bancos passaram a ser vistos como co-responsáveis pelo desenvolvimento sustentável. Assim, sucessivamente, os mesmo são cobrados por uma conduta em relação ao meio ambiente e aos paradigmas sustentáveis.

O Banco Real, Grupo Santander, visa operar sobre uma plataforma totalmente voltada à responsabilidade social e á sustentabilidade. Diante dessas ações, é possível identificar uma série de benefícios que incentiva e consolida essas operações. O Banco Real, Grupo Santander, está entre os bancos que mais cresceram nesses últimos anos, dentre a vantagens mercadológicas da sua gestão, ainda é possível identificar uma maior fidelização de cliente que se sentem responsáveis por participar de uma organização que possui em seu foco a responsabilidade social e ambiental.

Uma das inúmeras vantagens que o Banco Real, Grupo Santander, possui está totalmente ligada à responsabilidade ambiental e social, é a maneira com que o Banco conhece e analisa seu cliente. Essa ligação cria uma maior sincronia nesse relacionamento, em que o banco passa a entender de forma melhor e clara seu cliente, e o cliente a entender as variáveis impostas pela gestão do Banco.

Outra importante vantagem alcançada com essa gestão, é a conscientização de que o Banco Real, Grupo Santander exerce sobre os seus colaboradores, seus clientes e todos os envolvidos por suas ações. Essa visão, quando passada aos próximos, semeia um crescimento das responsabilidades tanto sociais quanto ambientais e permite que

cada pessoa se sintam com um cidadão com potencial para realizar pequenas mudanças que, somadas às demais criam, um mundo melhor.

Ao revisar as teorias e conceitos sobre a Sustentabilidade, conclui-se que a Responsabilidade Social e a Sustentabilidade Empresarial são de fato, estratégias empresariais que alavancam os resultados das organizações e não apenas ações de marketing ou propagandas mercadológicas. Essas variáveis apresentam recursos inovadores às organizações e fazem com que as mesmas saiam ganhando quando comparadas aos demais concorrentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AAKER, David. **Criando e administrando marcas de sucesso**. São Paulo: Futura, 1996.

ALMEIDA, Fernando. **Empresa e responsabilidade social**. Gazeta Mercantil, São Paulo, 2002.

ASHLEY, Patrícia. **A Ética e responsabilidade social**. São Paulo: Saraiva 2002.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BELLIA, V. **Introdução à economia do meio ambiente**. Brasília: IBAMA, 1996.

CAPRA, Fritjof . **As conexões ocultas, ciência pra uma vida sustentável**. São Paulo: editora Cultrix, 2002.

CERTO, Samuel C. ; PETER, J. Paul. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia**. São Paulo: MAKRON Books, 1993.

CORAL, Elisa. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial**. 2002. 282f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – SC, 2002.

DAVIS, Keith. **Five propositions for social responsibility**. Business Horizons, v.18, June 1975.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

DICK, A. S.; BASU, K. **Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework**. Journal of the Academy of Marketing Science. v. 22, Spring 1994.

FIGUEIREDO, Rubens (Org.). **Marketing político e persuasão eleitoral**. São Paulo : Fundação Konrad Adenauer, 2000. (Série Pesquisas-n. 17).

FIGUEIREDO, Rubens. **Marketing político-verdades e mitos**. In: Comportamento eleitoral e marketing político: as novas prefeituras brasileiras. São Paulo : Fund. Konrad-Adenauer-Stiftung, 1997.

FRANCO Jr, Hilário. **Atlas História Geral**. 2 ed. São Paulo: Scipione, 1997

GUTBERLET,J. **Produção Industrial e Política Ambiental: Experiências de São Paulo e Minas Gerais**. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 1996.

GUTBERLET,J. **Desenvolvimento Desigual: Impasse para a Sustentabilidade**. São Paulo:Konrad Adenauer Stiftung,1999.

HOOD, John. **Do corporations have social responsibilities**. *The Freeman*. v.48, nov.1998.

KLAUS M. LEISINGER e JARIN SCHIMITT. **Ética empresarial: Responsabilidade Global e Gerenciamento Moderno-Segunda Edição**, Editora Vozes, 2007

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, P. **Marketing público**. São Paulo: Makron, 1994.

LANGDON, Ken. **100 Melhores Ideias de Negócios de Todos Tempos**. 1 ed. São Paulo: Best Seller, 2002.

LEWIS, David e BRIDGES, Darren. **A alma do Novo Consumidor**. São Paulo: Editora M. Books: 2004.

LUDKE, M.; André, M. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MARTINS, Carlos Benedito. **O que é Sociologia**. 38 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Coleção Primeiros Passos).

MATAR, Hélio. **Consumo consciente e responsabilidade social empresarial**.São Paulo, Atlas, 2000

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. Edição compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, DOS RECURSOS HÍDRICOS E A AMAZÔNIA LEGAL. **A lei da natureza-Lei de crimes ambientais**, Brasília, D. F.: IBAMA, 1998.

MCGREGOR, Douglas. **Gerenciando o Lado Humano da Empresa**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

NEVES, Joana. **História Geral: A Construção de um Mundo Globalizado**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

OLIVEIRA, Silvério da Costa. **Ética e Kant**. Rio de Janeiro: [s.n.], 1996.

OLIVEIRA, Silvério da Costa. **Reflexões filosóficas**. Rio de Janeiro: [s.n.], 1997.

OLIVER, Richard L. **Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer**. New York: Irwin/McGraw-Hill, 1997. _____. Whence consumer loyalty?

PRINGLE, Hamish e THOMPSON, Marjorie. **Marketing social: marketing para causas sociais e a construção das marcas**. São Paulo: Editora M. Books, 2000.

ROMM, Joseph J.. **Um passo além da qualidade: como aumentar seus lucros e produtividade através de uma administração ecológica**. Caetano M. F. Pimentel. São Paulo: Futura, 1996.

ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: Free Press, 1973.

ZENONE, Luiz Cláudio. **Marketing Estratégico e Competitividade Empresarial**. São Paulo: Novatec Editora, 2006.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ELETRONICAS

Dados sobre a Estratégia e Valor da Sustentabilidade (EVS®),

Disponível em: < <http://www.domsp.com.br/boutique/linhas/BuzSust/?searchterm=evs>>
Acesso em 10 de Junho de 2010.

Artigos relacionados à ações de responsabilidade social entre as empresas.

Disponível em: < <http://www.social.net.com>>.
Vários acessos, último acesso em 11 de Setembro

Artigos relacionados ao Desenvolvimento sustentável e a Mudança Institucional.

Instituto de Economia, textos para discussão, Texto 68, 1999.
Disponível em: < <http://www.eco.unicamp.br/publicacoes/textos/t68.html>>.
Vários acessos, último acesso em 06 de Outubro

Artigos relacionados à Meio Ambiente Brasil: Avanços e Obstáculos pós-Rio 92.

CAMARGO, Aspásia. São Paulo: FGV, 2002.
Disponível em: < <http://www.akatu.net/conhecemeioambiente.brasil.html>>.

Vários acessos, último acesso em 24 de Outubro

Dados relacionados ao Banco Real, Grupo Santander Brasil

Disponível em: < <http://www.bancoreal.com.br>>

Vários acessos. Último acesso em 05 de Novembro.

Dados relacionados Economia

Disponível em: < <http://www.economia.fgv.com.br>>

Amartya k. Sen, (1999) economista indiano.

Romeiro Britto, (1999) economista americano.

Vários acessos. Último acesso em 06 de Novembro.