

# AIEMVAIF: ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING VERDE ADOTADAS POR INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Fábio de Oliveira Netto  
engenharia\_fabio@hotmail.com

Aline Miranda Cecílio  
alinemcecilio@hotmail.com  
UniFOA

Lívia Ferreira Vilela Pires  
livia.ferreira@gmail.com

**Resumo:** O presente trabalho avaliou o comprometimento das instituições financeiras em relação ao desenvolvimento sustentável e marketing verde. Cinco bancos foram estudados sendo eles, Santander, Caixa Econômica, Banco do Brasil, Itaú Unibanco e HSBC. O estudo relacionou o ativo total (bens e direitos) com os investimentos em meio ambiente, bem como uma análise dos programas ambientais de cada empresa. Os dados foram extraídos das políticas ambientais e relatórios de sustentabilidade presentes nos sítios das respectivas corporações. Após análise das pertinentes informações, conclui-se que o comprometimento com as questões ambientais, não necessariamente é em função do ativo total de maior valor, fazendo acreditar que investimentos para o efetivo desenvolvimento sustentável é fruto de empresas conscientes e preocupadas com os problemas ambientais da atualidade e acredita-se ainda, que ações sustentáveis tornar-se-á uma vantagem competitiva no futuro, considerando o surgimento de uma população cada vez mais crítica e de exigente ideal sustentável.

**Palavras Chave:** Sustentabilidade - Programas ambientais - Marketing Verde - Mercado Financeiro - Políticas Ambientais

## 1. INTRODUÇÃO

Desde os primórdios da civilização o Homem procura criar objetos e ferramentas que lhe proporcionem maior conforto perante as atividades exercidas. Com a 1ª Revolução Industrial houve um grande crescimento na produção e o mercado exigia produtos de boa qualidade e baixo preço, fabricados em larga escala, não exigindo muitos diferenciais dentre as empresas. Não havia assim, necessidade de planejar a venda, pois o sucesso das mesmas era medido de acordo com o sucesso alcançado na produção.

Após o *American Way of Life* (em tradução livre: O modo americano de viver) os padrões de consumo mudaram e, a partir de então, um produto não era apenas uma ferramenta de auxílio, mas sim uma exacerbação de status social. Assim, as pessoas não desejavam apenas ter produtos bons e baratos, mas ter produtos diferentes dos demais. Tal mudança de paradigma instigou as empresas a buscarem uma esfera de marketing mais minimalista, incluindo um segmento de customização em suas estratégias.

De um modo geral, as crises ambientais vivenciadas nas últimas décadas instigaram a população mundial a rever seus padrões e hábitos de consumo. Passou então a existir uma atitude de cobrança em cima das grandes empresas, criando grupos de pressão exigindo não só uma atitude ambientalmente correta, bem como social. A partir de então surge à era vivenciada nos dias de hoje: a Era do Marketing Societal.

Ainda hoje muitos empresários resistem a esta mudança, sendo um forte ponto de resistência as atividades que não se encontram relacionadas diretamente ao consumidor final. Tal resistência é absolutamente ilógica quando se leva em consideração que o assunto diz respeito a todos os setores de atividades.

As instituições financeiras, durante muito tempo, declararam que reconheciam sem problemas o papel social atribuído ao seu negócio, mas, em compensação, os aspectos ambientais não lhes diziam respeito.

Sem possuir qualquer tipo de atividade extrativista ou manufatureira, o setor financeiro não é considerado de alto impacto socioambiental. Na verdade, o índice FTSE4Good da Bolsa de Valores de Londres classifica tal setor na categoria de médio impacto.

Atualmente, tais instituições admitem que estão entre os maiores consumidores de papel e que o imenso número de agências faz deles grandes consumidores de energia e água e expressivos geradores de resíduos. Além disso, dada à capacidade de financiamento, como investidores ou fornecedores de crédito para projetos industriais ou imobiliários, as instituições financeiras têm a capacidade de influenciar escolhas feitas por outros setores. Sendo assim, objetivando ampliar o rol de transações, as instituições financeiras brasileiras apostam cada vez mais no investimento em políticas ambientais e marketing verde.

O Grupo Santander é o quarto maior banco do mundo em lucros e o oitavo em capitalização de mercado, possuindo um modelo empresarial voltado para o cliente. No Brasil, a rede de atendimento é composta de 3.728 pontos de venda, entre agências e postos de atendimentos. Em 2013 foi considerado o banco mais sustentável das Américas pelo FT / IFC Sustainable Finance Awards, competindo com outras 254 instituições, demonstrando forte interesse nas questões ambientais e sociais e na obtenção de lucros a partir de ações de marketing societal.

Fundada em 1861 a Caixa Econômica da Corte foi criada por Dom Pedro II e desde então acompanha a trajetória do Brasil. Hoje são mais de 36,2 mil unidades distribuídas pelo

país. A instituição ficou com a primeira colocação do Prêmio Brasil de Meio Ambiente na categoria eficiência energética.

O Banco do Brasil, fundado em 1851 por Irineu Evangelista de Souza, o Barão de Mauá e apresenta como missão a competitividade e a rentabilidade, promovendo o desenvolvimento sustentável do Brasil e cumprindo sua função pública com eficiência. Para isso, a instituição apresenta diversos projetos sustentáveis e de investimento social.

O Unibanco surgiu em 1892 no estado de Minas Gerais, já o Banco Itaú foi fundado em São Paulo em 1943, a união desses dois bancos em 2008, resultou em um banco com o compromisso, a solidez, os talentos e a capacidade econômica para influenciar o crescimento do Brasil. A instituição apresenta 4,6 mil postos de atendimento bancário e agências distribuídas pelo país e diversas atitudes e projetos em sustentabilidade, recebendo em 2012 o prêmio de Banco Sustentável das Américas pela FT/IFC Sustainable Finance Awards.

Fundada em 1865 e sediada em Londres, a HSBC Holding plc é uma das maiores organizações de serviços financeiros do mundo. A Instituição HSBC está presente no Brasil com 866 agências bancárias. Recebeu em 2012 o Prêmio Época Verde, sendo eleita uma das empresas mais verdes do Brasil.

A partir deste breve histórico das principais instituições financeiras do Brasil, far-se-á no presente estudo uma sucinta análise e interpretação das principais técnicas de ecomarketing utilizadas nesse tipo de mercado, as quais podem influenciar o consumidor em sua decisão de compra e assim, na maximização dos lucros empresariais.

## **2. METODOLOGIA**

A metodologia adotada para concepção deste trabalho seguiu pesquisas das políticas e ações ambientais das cinco instituições financeiras referentes ao escopo do trabalho (Santander, Caixa Econômica, Banco do Brasil, Itaú Unibanco e HSBC). Todas as informações foram extraídas dos sítios de cada instituição, bem como dos relatórios anual de sustentabilidade do mesmo.

Após a seleção das informações necessárias para a análise e interpretação das estratégias de marketing sustentável, foi feita uma compilação dos dados e realizou-se um comparativo entre todas as estratégias, a título de concluir acerca das melhores práticas sustentáveis e mesmo mencionar qual instituição financeira detém a mais efetiva ação em prol do desenvolvimento sustentável.

## **3. ESTRATÉGIAS DE MARKETING VERDE ADOTADAS POR INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS**

### **3.1. SANTANDER**

As estratégias sustentáveis adotadas pelo grupo espanhol são nitidamente divulgadas pelos programas de publicidade da empresa.

#### **3.1.1. EDUCAÇÃO AMBIENTAL**

O site da empresa disponibiliza de forma gratuita cursos e palestras com diversos temas sobre conscientização ambiental e social, de uma maneira dinâmica e de fácil acesso, contribuindo para a educação ambiental.

Desde 2003 há ainda na empresa a realização do Programa de Encontros de Sustentabilidade, cujo objetivo é de promover a reflexão e o debate sobre o tema entre especialistas, funcionários, clientes, fornecedores, instituições parceiras e a sociedade. Tal

evento é uma grande oportunidade de interação entre a sociedade, clientes e a empresa, oferecendo assim, com maior dinamismo uma aproximação entre tais indivíduos, o que tende a aumentar o índice de satisfação com a empresa.

### 3.1.2. ARQUITETURA ECOLÓGICA

A Instituição ainda zela por ter uma arquitetura ecológica. Um exemplo disso é a Torre JK, sede administrativa do banco, considerada um prédio eficiente por suas iniciativas em cinco grandes áreas: desenvolvimento local sustentável, uso racional da água, eficiência energética, seleção de materiais e qualidade ambiental interna. Em 2010, o edifício recebeu a certificação Leadership in Energy and Environmental Design – Core and Shell (LED – CS).

### 3.1.3. ENERGIA E MUDANÇAS CLIMÁTICAS

A preocupação energética é também visível na empresa tratada.

Em 2013 o Santander fechou contrato com a Nonus, empresa de leitores de códigos de barras, visando o fornecimento de equipamentos que possibilitem economia de energia na faixa dos 80%.

As questões referentes às mudanças climáticas também são debatidas pela empresa constantemente. Em 2013 o Santander lançou o Programa Reduza e Compense CO<sub>2</sub>, uma iniciativa onde o banco passa agora a adquirir créditos de carbono no mercado voluntário, gerados por projetos que comprovadamente reduzem as emissões de gases de efeito estufa e ainda geram benefícios sociais e econômicos.

Funcionários e clientes também podem minimizar seus impactos ambientais por meio de uma ferramenta criada em parceria com a empresa de consultoria Sustainable Carbon. Ao acessar o site do programa, tais indivíduos receberão dicas de redução e poderão calcular e compensar suas emissões anuais comprando créditos de carbono dos projetos selecionados pelo banco.

Ainda nessa questão, com o Programa Floresta Santander, a empresa faz a compensação de parte das emissões do banco por meio do plantio de árvores nativas da Mata Atlântica, com o envolvimento da comunidade e geração de renda para a população local. Em 2009 foi realizado um projeto de reflorestamento em área de corredor ecológico na região do Vale do Paraíba a partir de 1.800.000 reais investidos pelo banco.

### 3.1.4. INCENTIVOS AOS CLIENTES

A Instituição Financeira aqui citada incentiva pessoas e empresas de todos os portes a avançarem em suas práticas de sustentabilidade. Para isso, disponibiliza financiamentos e investimentos socioambientais e adota a análise de risco socioambiental na concessão de crédito e aceitação de clientes corporativos. O Banco Santander é ainda signatário dos Princípios do Equador.

Há uma década, o Santander desenvolve produtos orientados pelos Princípios e Investimentos Responsáveis (PRI). Um deles é o Fundo Ethical, lançado em 2001, que se tornou o primeiro fundo da América Latina gerido sob os princípios de Investimentos Responsáveis.

Já no Programa Santander Financiamentos destacam-se o CDC Eficiência Energética de Equipamentos (destinados à aquisição de equipamentos e serviços que utilizem energias alternativas de fontes renováveis) e o CDC Produção e Processos Mais Limpos (destinados à aquisição de equipamentos e serviços que promovam ou melhorem o desempenho socioambiental das empresas).

Há ainda o Capital Giro Sustentável, um produto voltado para obras, projetos, consultorias, certificações e para empresas que produzam bens ou prestem serviços que contribuam diretamente para melhorias socioambientais.

### 3.2. CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

A Caixa demonstra o seu compromisso em relação às questões ambientais desde o ano de 1995, quando aderiu ao Protocolo Verde, celebrado pelo Ministério do Meio Ambiente e por instituições financeiras públicas com o objetivo de definir políticas e práticas bancárias inovadoras e exemplares no campo da responsabilidade socioambiental.

Além de ter aderido o Pacto Global em 2003, a empresa tornou-se, em 2009, a primeira instituição financeira das Américas a integrar a Business and Biodiversity Initiative e, no mesmo ano, a empresa firmou os Princípios do Equador.

Em 2012, a Caixa tornou-se o primeiro grande banco nacional a aderir à inovadora iniciativa Natural Capital Declaration, compromisso público do setor financeiro de assumir como prioridade a proteção e preservação dos ecossistemas.

#### 3.2.1. ENERGIA E MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Comprometida com a Política Nacional sobre Mudanças no Clima (PNMC), a empresa desenvolve uma série de ações para combater ou mitigar as emissões de Gases de Efeito Estufa, como financiamentos a projetos de saneamento ambiental e de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo.

Desde 2010, o governo federal incentiva a instalação de Sistemas de Aquecimento Solar de água em empreendimentos do Programa Minha Casa Minha Visa. Em 2012, em parceria com a GIZ, o banco desenvolveu material educativo para as famílias beneficiadas sobre o uso correto dos sistemas de aquecimento e realizou oficinas a fim de capacitar trabalhadores de construtoras e prefeituras a lidar com essa tecnologia.

Ainda neste programa, a instituição, por meio de acordo de cooperação técnica com o grupo empresarial Neoenergia, que atua em um projeto de doação de lâmpadas frias, mais econômicas e duradouras, e substituição de geladeiras antigas por modelos novos e ecoeficientes.

Desde 2004, a Caixa atua no segmento de geração de energia elétrica renovável, tendo como foco projetos de Pequenas Centrais Hidrelétricas amparadas pelo programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica, que estimula a geração de eletricidade a partir de biomassa, usinas eólicas e PCH.

O Minuano é um software livre adotado pela Caixa como solução de comunicação a distância, economizando dinheiro e evitando a emissão de dióxido de carbono, uma vez que os eventos da empresa ficam acessíveis a empregados de todo o país, sem envolver a necessidade de deslocamentos físicos.

#### 3.2.2. ARQUITETURA ECOLÓGICA

Por ser conhecida como banco da habitação, a Caixa desenvolve um amplo Programa de Construção Sustentável. Este projeto trata-se de uma série de iniciativas que, somadas, contribuem para que a organização persiga o objetivo de racionalizar o uso dos recursos naturais e energéticos, erguendo cidades e habitações com boas condições de conforto e salubridade para a população.

No intuito de reconhecer e incentivar os projetos habitacionais que contribuam para minimização dos impactos ambientais e melhoria da qualidade de vida dos habitantes, a Caixa

instituiu o Selo Casa Azul, que pode ser obtido em três níveis dependendo da quantidade de critérios de sustentabilidade atendidos no projeto. Assim, a Caixa oferece taxas de juros reduzidas para empreendimentos certificados com tal selo e que tenham sido contratados no âmbito dos programas financiados com recursos da poupança.

### 3.2.3. PROTEÇÃO DOS RECURSOS

A Ação Madeira Legal é um instrumento criado pela Caixa para atacar o problema da atividade madeireira e agropecuária na Amazônia, o que gera aumento nos índices de desmatamento. Através de tal projeto, as construtoras, incorporadoras e entidades organizacionais com empreendimentos habitacionais financiadas pela Caixa são obrigadas a apresentar comprovação da origem das madeiras utilizadas nas obras. Além do Documento de Origem Florestal (DOF), exige-se ainda uma declaração do volume e da destinação dessas matérias-primas.

Em parceria entre o Ministério do Meio ambiente e o Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (Funbio) a Caixa administra os recursos do fundo mundial para o meio ambiente, os quais movimentam o Projeto Nacional de Ações Integradas Público-Privadas para a Biodiversidade.

### 3.2.4. INCENTIVOS AOS CLIENTES

Uma rigorosa análise dos aspectos ambientais e sociais dos diferentes projetos, empreendimentos e clientes precede toda e qualquer operação de crédito comercial e de saneamento a ser realizada pela Caixa. Além disso, oferece diversos benefícios a empresas engajadas no âmbito socioambiental.

A linha de crédito Ecoeficiência Empresarial oferece taxa de juros reduzida, além de carência e prazo diferenciados.

Em parceria com o ICMBio e o Ibama, a empresa disponibiliza ao mercado a solução Contas de Compensação Ambiental, que oferece às empresas alternativas de execução das compensações ambientais. Os recursos depositados nessas contas serão aplicados diretamente pelo ICMBio em projetos no âmbito do Sistema Nacional de Unidades de Conservação.

A partir de 2012, a Caixa começou a operar o Bolsa Verde, programa de transferência de renda para famílias em situação de extrema pobreza que desenvolvam atividades de conservação de recursos naturais no meio rural.

Dentro do conceito de finanças sustentáveis, a Caixa ainda opera produtos que disponibilizam ao cliente opções de investimento com foco em sustentabilidade. O FI Ações Sustentabilidade Empresarial permite a aplicação de recursos em ativos financeiros com rentabilidade compatível à variação do Índice de Sustentabilidade Empresarial.

### 3.2.5. RESÍDUOS

O Programa de Atividades de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo em Resíduos Sólidos urbanos é um programa que visa à implementação de projetos de carbono em aterros sanitários.

Quanto aos resíduos gerados dentro de suas unidades, há um processo de logística reversa de cartuchos de impressão instituído desde 2006 na Caixa.

Com a Coleta Seletiva Solidária Caixa, a empresa contribui com 72 cooperativas e associações de catadores.

### 3.2.6. EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Desde 2010 a empresa tem parceria com o projeto Planeta Sustentável da editora Abril. Outra frente educativa é representada pelas Quintas Ambientais, projeto que consiste na realização de palestras na matriz da empresa, em Brasília, com o objetivo de disseminar conhecimentos e discutir com os empregados temas vinculados à atuação da Caixa em preservação ambiental e sustentabilidade.

### 3.3. BANCO DO BRASIL

O destaque das iniciativas socioambientais do banco do Brasil é Programa Água Brasil, iniciativa do Banco do Brasil em parceria com a Agência Nacional de Águas (ANA), a Fundação Banco do Brasil (FBB) e o WWF-Brasil, visa à conservação de recursos hídricos por meio da busca conjunta com a sociedade de soluções para os problemas associados ao tema.

- Este programa visa promover a conscientização e a mudança de comportamento da sociedade em relação à gestão e conservação ambiental através das seguintes ações:
- Estimular o consumo consciente e o tratamento adequado dos resíduos sólidos urbanos nas cidades de Caxias do Sul (RS), Rio Branco (AC), Pirenópolis (GO), Natal (RN) e Belo Horizonte (MG).
- Adoção de práticas sustentáveis na agropecuária, reduzindo seu impacto sobre os recursos naturais e a biodiversidade;
- Melhoria da qualidade das águas e ampliação da cobertura da vegetação natural por meio de projetos representativos em 14 microbacias hidrográficas nos biomas Cerrado/Pantanal, Mata Atlântica, Amazônia, Caatinga e Pampa;
- Disseminar e replicar modelos de negócios direcionados ao desenvolvimento regional sustentável e fortalecer/ampliar o portfólio de produtos e serviços financeiros com características ambientais;
- Ampliar a base de apoio social à gestão e conservação ambiental, ao consumo consciente e à reciclagem de resíduos sólidos por meio de campanhas com os públicos interno e externo.

Em 2012, diversas atividades e ações realizadas resultaram em avanços e soluções socioambientais para as localidades atendidas, A seguir, destacam-se os principais resultados, em relação a diferentes eixos socioambientais:

**Meio Rural – Água e Agricultura:** realização de 7 diagnósticos socioambientais, com 7 acordos de cooperação nas bacias hidrográficas de atuação com mais de 40 Instituições Públicas e Privadas envolvidas; início da implementação das Unidades Demonstrativas com plantio de mudas e conservação do solo em Lençóis Paulista (SP); plantio de 32 mil mudas e aprovação de 2 contratos de Pagamento de Serviço Socioambiental (PSA) na bacia do Pipiripau; e implementação de tecnologias sociais da FBB, proporcionando acesso à água nas comunidades da bacia hidrográfica do Peruaçu (MG).

**Meio Urbano – Cidades Sustentáveis, Consumo Responsável e Reciclagem:** verificação dos hábitos de consumo e de descarte de resíduos, da Pesquisa Nacional de Opinião, em parceria com o Ibope, da população brasileira, considerando o que está disposta a fazer, assim como identificação do grau de conhecimento acerca da Política Nacional de Resíduos Sólidos; realização de cinco diagnósticos socioambientais nas cinco cidades de atuação; assinatura de cinco Protocolos de Intenções com as prefeituras das cinco cidades de

atuação para elaboração e implementação dos planos de trabalho 2013-2014 referentes a coleta seletiva e reciclagem; capacitação dos atores locais com ênfase para os catadores e formação dos Comitês de Apoio Local às ações do Programa Água Brasil; e assessoria na elaboração de projeto visando à aquisição de equipamentos na FVV para cooperativas de catadores – CataUnidos e RedeSol de Belo Horizonte (MG).

**Eixo Mitigação de Riscos:** elaboração de Diretrizes de Sustentabilidade BB para o Crédito nos setores de Construção Civil e Mineração.

Em novembro de 2012, o Programa Água Brasil manteve a iniciativa para o engajamento de *stakeholders* na definição de diretrizes de sustentabilidade para o crédito, dessa vez com foco em construção civil e mineração. O Painel de Diálogo Direcionamentos de Sustentabilidade para a Área de Crédito – Construção Civil e Mineração contou com a participação de clientes, funcionários de diversas áreas, especialistas em sustentabilidade, representantes da sociedade civil e do governo com o objetivo de incorporar as sugestões recebidas por esses públicos.

O Programa Água Brasil, iniciativa do Banco do Brasil em parceria com a Agência Nacional de Águas (ANA), a Fundação Banco do Brasil (FBB) e o WWF-Brasil, visa à conservação de recursos hídricos por meio da busca conjunta com a sociedade de soluções para os problemas associados ao tema.

### 3.3.1. ECOEFICIÊNCIA

As diversas iniciativas do Banco para reduzir o consumo de recursos naturais e destinar adequadamente os resíduos são guiadas pelo Programa de Ecoeficiência. A gestão da ecoeficiência faz parte do modelo de negócios do BB desde a década de 1990 e está amparada por ferramentas de controle e monitoramento.

Destaca-se o índice de ecoeficiência pegada ambiental, que visa disseminar a cultura e a prática de ecoeficiência entre os funcionários do BB, alinhada à estratégia BB Ecoeficiente e às melhores práticas de gestão ambiental corporativas de acordo com a avaliação do DJSI, do ISE e da ISO 14001 por meio da redução de consumo de recursos naturais e realização de coleta seletiva, com encaminhamento dos resíduos sólidos recicláveis para cooperativas/associações de catadores de materiais recicláveis.

#### 3.3.1.1. ÁGUA

Para aperfeiçoar continuamente o acompanhamento do consumo interno de água, com vistas à adoção de medidas para reduzi-lo, a Instituição mantém o Programa de Uso Racional de Água (Purágua). No âmbito desse programa, foi instalado registro de consumo das dependências em sistema corporativo, além de terem sido promovidas campanhas de conscientização internas, entre outras medidas. A água consumida nas dependências administrativas provém de concessionárias, cujos sistemas também são usados pelo Banco no descarte de efluentes. A redução do consumo de água em 2012 nos edifícios estratégicos foi decorrente de um intenso trabalho de manutenção das instalações hidráulicas.

#### 3.3.1.2. ENERGIA

Por meio do Programa de Conservação de Energia Elétrica (Procen), o Banco do Brasil gerencia o consumo de energia elétrica em suas dependências desde 1990. A partir da modernização de equipamentos de iluminação e ar-condicionado, elevadores, geradores e transformadores, o BB alcançou nos primeiros anos do Procen uma redução da ordem de 48 GWh/ano. Nos anos seguintes, o consumo energético estabilizou-se, e não foi implementado nenhum projeto de eficiência energética. O maior consumo de energia elétrica em 2012 foi

ocasionado pelo crescimento organizacional do BB e pela implantação de sistemas de ar condicionado em dependências incorporadas do Banco Nossa Caixa

#### 3.3.1.3. MATERIAIS

O Banco do Brasil busca continuamente reduzir seu consumo de materiais, investindo em tecnologias e exigindo diferentes certificações ambientais sobre os insumos que adquire. O principal material consumido pelo Banco é o papel e, nesse aspecto, um dos trabalhos relevantes para reduzir o consumo é o emprego de tecnologias digitais. O projeto Dossiê Eletrônico de Operações (Deoc), cuja primeira fase está adotada em todas as agências do País, possibilita a substituição de cópias físicas de documentos por imagens digitalizadas. A iniciativa evita não só a cópia física dos documentos como ainda o transporte deles para que estejam acessíveis a todos os usuários.

A conclusão do processo de certificação Forest Stewardship Council (FSC) da unidade gráfica no Rio de Janeiro, em 2012, garante que todos os produtos gráficos produzidos internamente tenham o selo FSC. A mesma certificação ou a adequação à Certificação Florestal (Cerflor) e à Elemental Chlorine Free (EFC, livre de cloro elementar) são exigidas como especificação técnica na aquisição de mobiliário.

Na aquisição de microcomputadores, o Banco recomenda para alguns produtos o alinhamento à Diretiva RoHS (Restriction of Hazardous Substances Directive – Directive 2002/95/EC of The European Parliament and of Council) e que os proponentes desenvolvam política de reciclagem e descarte de material eletrônico – Diretiva WEEE (Waste Electrical and Electronic Equipment – Directive 2002/96/EC). Em 2012, o BB promoveu a modernização de 25% do total de terminais de múltiplas funções em sua sede, substituindo-os por novos equipamentos mais eficientes.

#### 3.3.1.4. COLETA SELETIVA

Iniciado em 2008, o Programa Coleta Seletiva prevê o gerenciamento de resíduos sólidos em duas fases: a correta separação dos resíduos conforme suas características e possibilidades de reciclagem e a destinação a associações ou cooperativas de catadores de materiais recicláveis.

Em 2012, houve a expansão do Programa Coleta Seletiva para os municípios de Ribeirão Preto (SP) e Florianópolis (SC) e para o estado do Rio Grande do Sul. No período 2008-2012 foram contempladas 595 dependências. O objetivo do Banco para 2013 é expandir a coleta seletiva em 22 estados, atendendo 2.163 dependências localizadas em cidades onde há cooperativas/associações de catadores ou coleta seletiva pública.

Em relação aos serviços de limpeza e conservação de imóveis, a Organização exige que a empresa contratada realize a coleta seletiva de resíduos nas dependências já atendidas pelo Programa de Coleta Seletiva. Além disso, nos editais e contratos de aquisição e instalação de *no-breaks* e baterias *deno-breaks* determina-se a destinação à reciclagem dos equipamentos e baterias substituídos, em cumprimento à Resolução no 401 do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama).

#### 3.3.1.5. EMISSÃO DE GASES DE EFEITO ESTUFA

O BB é membro-fundador do Programa Empresas pelo Clima e do Programa Brasileiro GHG Protocol, ambos destinados à reflexão e à proposição de ações de combate às mudanças climáticas. Também integra a Câmara Temática de Mudanças do Clima (CTClima), iniciativa coordenada pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) com o intuito de auxiliar as empresas na adoção de estratégias de

aproveitamento de oportunidades e minimização de riscos e que as prepare para um mundo com restrições às emissões de GEE.

O Banco do Brasil dispõe de um serviço de apresentação eletrônica de boletos de cobrança registrada emitidos pelas instituições financeiras. Lançado em 2009 para substituir gradativamente os boletos de papel pela cobrança em meio virtual, o Débito Direto Autorizado (DDA) agrega, entre outras vantagens, segurança e conveniência. Os clientes BB visualizam seus boletos por meio da internet, dos terminais de autoatendimento, de celular ou da Central de Atendimento BB.

Desde sua implantação, já somou mais de 1,2 milhão de sacados eletrônicos, com mais de 159 milhões de boletos apresentados eletronicamente. Nesse período, por conta da não impressão dos boletos, o DDA do BB contribuiu para a redução de consumo de aproximadamente 41 mil eucaliptos, 74,4 milhões de litros d'água, 3,7 milhões de kW/h de energia, além de não jogar no meio ambiente mais de 12 mil toneladas de CO<sub>2</sub>.

Em maio de 2012, o Sistema de Compensação Digital por Imagem (CDI) foi oficialmente implementado. Desenvolvida em 2009 pela Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN) e bancos associados, a iniciativa tem o objetivo de digitalizar todos os cheques emitidos no País e eliminar a necessidade de transportá-los por meio de aviões, carros-fortes e barcos, o que resulta em menos gastos, mais segurança e rapidez para os bancos e clientes e redução de recursos naturais e emissões de GEE.

Entre os resultados esperados estão a eliminação de cerca de 1.000 rotas de transporte terrestre e 50 de aeronave, além de alguns percursos realizados por barcos em determinadas regiões do País. A expectativa é que a emissão de CO<sub>2</sub> na atmosfera seja reduzida em aproximadamente 15 mil toneladas anuais, uma vez que cerca de 37 milhões de quilômetros anuais deixarão de ser percorridos. Essa expectativa de redução foi fruto de um estudo das rotas, realizado pela KPMG, utilizando a metodologia GHG Protocol.

### 3.4. ITAÚ UNIBANCO

O Itaú Unibanco apresenta um foco estratégico, o qual reúne três focos estratégicos: Educação Financeira, Riscos e Oportunidades Socioambientais e Diálogo e Transparência. Eles ajudam a direcionar suas ações, alinhando toda a equipe em torno de uma estratégia clara de atuação.

#### 3.4.1. EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Entender as necessidades das pessoas para oferecer conhecimento e soluções financeiras adequadas, contribuindo para que indivíduos e empresas tenham uma relação saudável com o dinheiro. Exemplos de iniciativas em andamento:

- Programa Uso Consciente do Dinheiro para colaboradores, por meio do qual orientamos e educamos nossas equipes no tema;
- Programa Uso Consciente do Dinheiro para clientes e o público em geral. O programa envolve uma série de ações, como a distribuição de cartilhas nas agências, tutoriais e site [www.itaubr.com/usoconsciente](http://www.itaubr.com/usoconsciente);
- Alinhamento do conceito de Educação Financeira a produtos e serviços do banco;
- Formação de voluntários, em parceria com a Fundação Itaú Social.



### 3.4.2. RISCOS E OPORTUNIDADES SOCIOAMBIENTAIS

Buscar oportunidades de negócios e gerir riscos socioambientais considerando tendências de mercado, regulamentações, demanda de clientes e da sociedade. Principais iniciativas:

#### 3.4.2.1. CRÉDITO

- Análise de Risco Socioambiental no crédito a empresas. Linhas de financiamentos específicas para projetos sociais e ambientais;
- Programa Sustentabilidade no Crédito Imobiliário. Microcrédito.

#### 3.4.2.2. FINANCIAMENTO

- Adoção dos Princípios para o Investimento Responsável (PRI);
- Portfólio de fundos de investimentos socialmente responsáveis.

#### 3.4.2.3. SEGURO

- Inserção de critérios de sustentabilidade nos seguros, a exemplo do Seguro Ambiental.

### 3.5. DIÁLOGO E TRANSPARÊNCIA:

Construir relações de confiança e perenes para melhorar nossos negócios e gerar valor compartilhado. Principais iniciativas em andamento:

- Clientes – Fórum de Clientes, Ouvidoria e áreas de relacionamento com os órgãos de defesa dos consumidores.
- Sociedade – Diálogos de Sustentabilidade e o Programa Itaú de Finanças Sustentáveis.
- Acionistas e investidores – Encontros regulares com acionistas e investidores, em parceria com a APIMEC.
- Fornecedores – Critérios socioambientais na homologação de fornecedores e workshops para engajá-los na sustentabilidade.
- Funcionários – Pesquisa de clima interno (Fale Francamente) e Banco de Ideias Sustentáveis.

### 3.6. HSBC

O HSBC promove ações que contribuem para minimizar os impactos de eventos climáticos extremos em comunidades vulneráveis. Para isso, promove a adaptação como forma de reduzir os riscos à saúde humana, à segurança alimentar e à conservação dos recursos naturais.

O Banco trabalha com foco no tema água, pois é por meio dela que os reflexos da questão climática são sentidos de forma mais clara pela população, principalmente nos eventos de enchentes e seca. O Brasil, país líder em recursos hídricos, sofre com a poluição e o uso inadequado da água em diversas de suas regiões.

Trabalhar com a conscientização de pessoas e minimização dos impactos ambientais é uma das grandes metas do investimento social do HSBC Brasil para a área ambiental, por meio do Instituto HSBC Solidarietà (IHS).

O IHS acredita que a união de diversos atores em torno das questões climáticas poderá contribuir para a criação de soluções que levarão ao desenvolvimento socioeconômico e cultural da sociedade de forma sustentável.

### 3.6.1. ÁGUA

Grupo HSBC desenvolveu o Programa HSBC pela Água (HSBC Water Programme, em inglês) junto com três renomadas ONGs internacionais - Earthwatch Institute, WaterAid e WWF.

O programa global terá um investimento de US\$ 100 milhões - entre 2012 e 2016 - e tem como objetivos: proteger bacias hidrográficas importantes para comunidades e negócios ao redor do mundo; promover o acesso à água e higiene a populações em grande necessidade; e estimular o engajamento de colaboradores do HSBC.

### 3.6.2. CLIMA

Com investimentos de USD 100 milhões e duração de cinco anos (2007-2011), o programa buscou responder às ameaças das mudanças climáticas e teve ações desenvolvidas pelo HSBC em parceria com WWF, The Climate Group, Earthwatch Institute e Smithsonian Tropical Research Institute (STRI). A iniciativa teve como principais objetivos:

- Apoiar o desenvolvimento de cidades mais limpas e verdes;
- Coordenar a maior pesquisa de campo no mundo sobre impactos climáticos em florestas;
- Proteger alguns dos maiores rios do planeta e das populações que vivem no entorno;
- Capacitar colaboradores sobre mudanças climáticas, e formar uma força tarefa para desenvolver projetos de conscientização no Banco e na comunidade, promovendo a ecoeficiência e os negócios sustentáveis.

## 4. RESUMO COMPARATIVO DAS ESTRATÉGIAS VERDES BANCÁRIAS

A Tabela 1 abaixo apresenta um comparativo entre as ações estratégicas e o Ecomarketing dos principais bancos brasileiros e seus ativos totais baseados em Março/2013.

**Tabela 1:** Comparativo – Estratégias e Ecomarketing

Instituição	Estratégias /Projetos									Ativos (R\$)
	Educação Ambiental	Energia	Mudanças Climáticas	Arquitetura Ecológica	Incentivos à Empresas Sustentáveis	Proteção de Recursos Hídricos	Proteção de Recursos Florestais	Gerenciamento de Resíduos	Economia de Materiais	
	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	459.324.606
	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	731.083.735
	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	1.111.011.902
	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	964.877.602
	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗	141.878.467

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado com as cinco instituições financeiras, demonstrou que algumas organizações investem muito mais que outras em sustentabilidade e estratégia verde. A instituição com maior destaque, apresentando expressivo número de projetos ambientais é a Caixa Econômica, com investimento em sete diferentes programas ambientais, seguido do Banco Santander que possui medidas de compensação ambiental em cinco distintas propostas ambientais. No entanto não podemos afirmar que os bancos estatais possuem mais incentivos do que os privados, pois o Banco Santander possui um dos maiores exemplos de programas ambientais e encontra-se abaixo do Banco do Brasil em relação a seus ativos (bens e direitos, expresso na moeda local). Os demais bancos apostam também no ideal sustentável, no entanto, de maneira modesta, desenvolvendo poucos projetos socioambientais (ressaltando que não se avaliou a efetividade dos programas estudados).

Faz-se necessário mencionar que os investimentos em sustentabilidade não são proporcionais ao ativo total. Permitindo concluir que a participação deste setor nas questões ambientais, transpõe o interesse de conquistar clientes com exigência sustentável, supõe-se assim, que tais corporações estão cada vez mais atentas para as questões ambientais, contribuindo de certa maneira para um novo paradigma de desenvolvimento e direcionando conscientização ambiental para os diferentes segmentos da sociedade.

Mesmo assim, espera-se para os próximos anos um aumento no investimento em políticas ambientais e estratégia verde, haja vista que os princípios sustentáveis estão ganhando força mundo afora, ocorrendo à globalização da consciência ambiental, que faz nascer uma população comprometida e disposta a exigir de seus fornecedores práticas plausíveis de desenvolvimento sustentável.

## 6. REFERÊNCIAS

- BRITO, B. M.** A Reação do Mercado Acionário a Eventos Ambientais. Dissertação (Mestrado em Administração) – Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005.
- CAIXA ECONÔMICA AMBIENTAL.** Relatório de Sustentabilidade, 2012.
- CLAUDINO, C. N.; GOMES, E. S.; COSTA, K. C & ARAUJO, W. C.** Responsabilidade Social como Elemento Estratégico Competitivo: uma Abordagem no Banco do Nordeste do Brasil S/a. In: Anais IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Resende, 2012.
- FEBRABAN.** Relatório Anual, 2011.
- HSBC.** Relatório de Sustentabilidade, 2011.
- ITAÚ UNIBANCO HOLDING S.A.** Relatório Anual 2012.
- LAVILLE, E.** A Empresa Verde. São Paulo, SP: ÔTE, 2009
- LINS, C. & WAJNBERG, D.** Sustentabilidade Corporativa no Setor Financeiro Brasileiro. In: IV Encontro Nacional de Anppas, Brasília, 2008.
- SANTANDER.** Política Ambiental, 2011.
- SANTANDER.** Relatório Anual, 2009.
- SANTOS, P. M. & FINAZZI, S. V.** Análise do Discurso Ambiental dos Bancos Brasileiros de Varejo cujas Ações são Negociadas na Bovespa. In: IV Encontro Nacional de Anppas, Brasília, 2008.
- SCHARF, R.** Manual de Negócios Sustentáveis. 1ª Edição. São Paulo, SP: Amigos da Terra – Amazônia Brasileira; Fundação Getúlio Vargas; Centro de Estudos em Sustentabilidade, 2004.
- WAJNBERG, D.** Sustentabilidade nos Bancos Brasileiros: Exame da Divulgação do Relacionamento entre Iniciativas Socioambientais e o Desempenho Financeiro Corporativo. Tese (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2008.