

AGENDA 21 EMPRESARIAL: O BANCO DO BRASIL E O COMPROMISSO SOCIOAMBIENTAL

Charles Schwanke¹
Claus Muller²

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo analisar, identificar e propor soluções com relação às dificuldades encontradas pela empresa para assegurar a incorporação das dimensões da Agenda 21 Empresarial, elaborada pelo Banco do Brasil em decorrência de compromisso firmado com o Ministério do Meio Ambiente (MMA) para desenvolver uma agenda cujas ações evidenciariam o comprometimento da empresa com o desenvolvimento sustentável de seus negócios, no âmbito da Gerencia Regional de Varejo de Blumenau ligada à Superintendência Estadual de Varejo de Santa Catarina. Realizou-se uma pesquisa descritiva quantitativa com 230 funcionários da empresa, em diversos setores e níveis hierárquicos por ser uma amostra representativa da população, através de questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas. Através da análise dos dados, foram propostas ações de melhoria pela identificação da falta de compreensão da estrutura das dimensões da Agenda 21 pelos funcionários, nos diversos níveis hierárquicos; dos compromissos, iniciativas e desafios do Banco do Brasil com relação à questão; do desconhecimento de que o tema responsabilidade social e desenvolvimento sustentável, estão presentes diariamente no ambiente de trabalho; da importância no desenvolvimento, acompanhamento e avaliação do processo e dos benefícios oriundos da gestão de responsabilidade socioambiental junto à imagem do Banco do Brasil. O conceito clássico da maximização do lucro mudou. A empresa da atualidade é algo mais que um simples negócio, além do interesse econômico, há de se falar também no interesse social a ser buscado.

Palavras-chave: Desenvolvimento sustentável. Qualidade de vida. Responsabilidade social.

1 INTRODUÇÃO

Até o final da década de 1980, o resultado da administração de um negócio era avaliado pelo seu balanço patrimonial, cuja finalidade era apresentar a posição contábil, financeira e econômica de uma entidade (em geral uma empresa) em determinada data, representando uma posição estática (posição ou situação do patrimônio em determinada data). Sob este ponto de vista, os únicos públicos relevantes para a gestão de uma empresa seriam acionistas e clientes.

¹ Professor Orientador. Mestre em Administração Empresas, (gerencia@acib.net).

² Graduado em Administração, Instituto Blumenauense Ensino Superior. (cjhmuller@yahoo.com.br).

O setor privado passou então a constatar que aspectos como educação e bem estar social de seus funcionários, não seriam administrados de forma a garantir o crescimento de seus negócios sem a sua participação direta.

Nasceu assim o conceito formal de responsabilidade empresarial, que inclui funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, comunidade, governo e meio ambiente entre os públicos de relacionamento.

Foi com esse propósito que o Banco do Brasil, em junho de 2004, firmou compromisso com o Ministério do Meio Ambiente (MMA) para desenvolver pioneiramente uma Agenda 21 Empresarial, cujas ações evidenciariam o comprometimento do Banco do Brasil com o desenvolvimento sustentável de seus negócios. A incorporação dos princípios socioambientais no dia-a-dia do Banco do Brasil significa buscar o resultado econômico com a avaliação dos impactos sociais e ambientais decorrentes de sua atuação empresarial.

A Agenda 21 Empresarial do Banco do Brasil, consolidada em junho de 2005, foi estruturada em três dimensões:

1. práticas Administrativas e Negociais com Responsabilidades Socioambientais – através da democratização e transparência nos processos de ascensão profissional e de acesso a oportunidades de treinamento, do combate ao trabalho escravo e vedação de financiamentos aos envolvidos e o programa de Ecoeficiência, entre outras.
2. negócios com Foco no Desenvolvimento Sustentável – nesse eixo fazem parte os negócios, produtos e serviços que, a partir da sua realização contribuem com o desenvolvimento sustentável do país.
3. investimento Social Privado – constam as ações de cunho social realizadas pelo Banco do Brasil onde se destacam as iniciativas da Fundação Banco do Brasil que, alinhadas com as políticas públicas, contribuem diretamente para o desenvolvimento do País.

A partir da criação da Unidade de Responsabilidade Socioambiental, criou-se na empresa um grupo mobilizador com a finalidade de compartilhar com toda a organização, o desenvolvimento, acompanhamento e avaliação do processo mediante a incorporação das dimensões da Agenda 21 a seus produtos, serviços, negócios e rotinas administrativas.

A pesquisa será feita junto aos funcionários do Banco do Brasil, no âmbito da Gerência Regional de Varejo de Blumenau para:

- a) analisar quais são as dificuldades encontradas pela empresa para assegurar a incorporação das dimensões da Agenda 21 do Banco do Brasil através da participação e comprometimento dos funcionários;
- b) identificar a falta de percepção pelos funcionários dos compromissos e iniciativas da empresa com relação à questão;
- c) descrever as percepções apresentadas pelos funcionários com relação às dimensões da Agenda 21 no ambiente de trabalho;
- d) propor ações de melhoria para as agências que facilitem a incorporação das dimensões da Agenda 21, com relação ao desenvolvimento, acompanhamento e avaliação do processo.

Este tema tem relevância científica, pois nesse novo contexto a busca da excelência pelas empresas, precisa ter como objetivos a qualidade nas relações e a sustentabilidade econômica, social e ambiental.

Tem, também, relevância social por adotar esse referencial como política da organização, ou seja, como pano de fundo para o processo decisório, o que significa estar disposto a rever processos, produtos e serviços.

Inicialmente será abordado o embasamento teórico sobre temas relacionados à responsabilidade social. Na sequência, os procedimentos metodológicos e os resultados da pesquisa aplicada bem como a conclusão do estudo de caso juntamente com as propostas de ações de melhoria sugeridas.

2 COMPROMISSO SOCIOAMBIENTAL

2.1 MEIO AMBIENTE, POLUIÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Atualmente, vive-se uma crise de consciência paralelamente a uma crise ambiental. Um movimento social chamado de educação ambiental, que não pode ser entendida como uma educação formal é uma das formas de vencer essa crise.

A educação ambiental é um processo contínuo. Os indivíduos, inseridos em uma comunidade devem tomar consciência do seu ambiente e conquistar condições para criar um novo modelo de desenvolvimento em um regime de sustentabilidade ambiental. Por meio da educação ambiental é possível mudar o estilo de vida, mudar

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

a ética global, resgatar novos valores que viabilizam o modelo de desenvolvimento sustentável.

Cada um deverá fazer a sua parte nesse processo de reversão da cultura e do modelo de desenvolvimento ambiental. Promover uma campanha de conscientização pela mudança de hábitos, no ambiente de trabalho, é uma iniciativa que mobiliza as pessoas para uma nova educação ambiental. Por exemplo: o uso de copos de vidro. Se for inevitável o uso de copos de plástico, utilizar o mesmo copo diversas vezes; fazer opção por lapiseira ao invés de lápis; imprimir somente quando tiver certeza; enfim, construir um companheirismo de trabalho responsável ecologicamente.

2.2 DIREITO, LEGISLAÇÃO E GESTÃO AMBIENTAL

Segundo DIAS (2000) atualmente a legislação ambiental brasileira é considerada muito avançada.

A legislação ambiental brasileira ocupou espaço de reconhecimento no cenário internacional graças à transformação política e às conquistas democráticas ocorridas no Brasil na década de 1980, resgatando o país do péssimo papel que havia desempenhado nos primeiros encontros internacionais ambientalistas nas décadas anteriores.

Para LITTLER (2003) o crescimento do setor ambiental governamental tanto do ponto de vista institucional como do financeiro e a promulgação de uma série de leis ambientais colocaram o país na vanguarda das questões ambientais mundiais.

Como resultado da Rio-92, foi realizada em 2002 em Joanesburgo, a Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável, a Rio+10, e que produziu dois documentos fundamentais para a definição dos rumos da política brasileira de desenvolvimento sustentável.

O primeiro documento foi a declaração política sobre a busca do desenvolvimento sustentável e, o segundo, um plano de ação para indicar os rumos e implementação dos compromissos assumidos conjuntamente pelos países participantes.

2.3 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

Segundo Tenório (2004), “a questão da responsabilidade social empresarial é uma temática não apenas recente, mas polêmica na literatura especializada”.

Tradicionalmente, a missão empresarial vincula-se exclusivamente ao interesse de seus acionistas, ou seja, ao lucro porém, inúmeras organizações já se deram conta de que a mudança de padrão ético é uma estratégia de ocupação de espaço e autenticidade. Esse movimento tem ganhado explicação e fundamentação teórica no conceito de responsabilidade social.

Essa mudança tem-se caracterizado pela adoção dos princípios de responsabilidade social corporativa, através da intenção de romper com o modelo de desenvolvimento tradicional, alinhando-o com os interesses públicos.

Para Ashley (2006), “se observa com mais clareza, especialmente a partir dos anos 1970, a incorporação de novos parâmetros de eficácia empresarial (...) influenciado por valores éticos que extrapolam o restrito interesse mercantil”.

A adoção do compromisso empresarial se confirma com a implementação de estratégias de gestão que tendem a transpor o clássico sentido de contrariar os interesses públicos, em oposição às necessidades de mercado e os interesses privados.

A empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições de segurança e saúde para os trabalhadores. A adoção de um comportamento que ultrapassa as exigências legais agrega valor à imagem da empresa, aumentando o vínculo que seus consumidores estabelecem para com ela.

A responsabilidade social interna diz respeito ao exercício da cidadania empresarial focada na relação com os empregados e seus dependentes.

Valorizar os seus trabalhadores e colaboradores, com políticas de equidade de gênero e inclusão de pessoas com deficiência no mundo do trabalho, valorização da diversidade, racionalização do consumo de recursos naturais, satisfação no trabalho, saúde e segurança ocupacional, gestão participativa, relações com sindicatos, condições de trabalho de terceirizados, ou seja, tudo aquilo que diz respeito a criar um ambiente humano e agradável de trabalho e a contribuir para o bem-estar comum daqueles que fazem as relações de produção imediata da empresa, e que não se reduz aos ganhos empresariais em termos de produtividade.

A responsabilidade social externa tem como foco a comunidade mais próxima da empresa, inserindo a atividade empresarial no contexto de vizinhança,

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

municipalidade e em toda aquela dimensão que circunda a dinâmica produtiva. Falar em responsabilidade socioambiental significa reconhecer a ampliação do espaço público da ação corporativa.

Funcionários envolvidos com ações sociais desenvolvem habilidades hoje vitais no mundo dos negócios: comunicação, criatividade, capacidade de alocar recursos e de trabalhar em equipe.

2.4 AVALIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL

A responsabilidade social e empresarial é um compromisso através de uma nova mudança da ética nos negócios, de maneira a construir o resultado do retorno dos seus investimentos de capital, combinado com a qualidade de vida atual e futura, em relação à sociedade, de uma maneira geral.

O grande avanço em direção à avaliação da responsabilidade empresarial foi dado, no Brasil, a partir de 1997, com a criação do selo Balanço Social, pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE).

Este tipo de certificação tem como meta reconhecer o trabalho das empresas engajadas em projetos de responsabilidade social. Essa premiação é feita por meio da divulgação desse selo, utilizando campanhas publicitárias nas propagandas e nas embalagens dos produtos de tais empresas.

A institucionalização do balanço social no Brasil começou em 1997, por iniciativa da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) em audiência pública, ao se divulgarem as demonstrações financeiras das empresas, e os indicadores de balanço social.

2.5 FINANÇAS, SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO

Um dos grandes desafios para o desenvolvimento sustentável é a inclusão das pessoas das camadas mais pobres no processo de produção. Muitas limitações são apresentadas por se tratar de pessoas com baixo grau de escolaridade, sem experiência ou capacitação profissional.

O desenvolvimento, entretanto, tem que passar por elas, pois o equilíbrio da sociedade se dá também pela inclusão social. Construindo um modelo de sustentabilidade, as empresas proporcionam emprego, renda e autonomia

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

econômica às comunidades locais e regionais. A base de inovação para produtos sustentáveis está no conhecimento sobre o uso inteligente dos recursos naturais.

Os constantes investimentos no processo produtivo permitem o financiamento de outros empreendimentos e a inclusão de pessoas excluídas do processo econômico em atividades de trabalho e consumo e a melhoria da qualidade de vida de todos os que aderem a essa proposta. O objetivo do mercado justo é incentivar a criação de cadeias produtivas sustentáveis do ponto de vista social e ambiental.

Com uma remuneração capaz de garantir a continuidade da produção, os pequenos produtores rurais começam a pensar na oportunidade de entrar em um mercado que ganha cada vez mais adeptos. Há um pacto de responsabilidade entre o comprador e o produtor, mostrando que a relação é muito mais que comercial, agregando valores éticos, sociais e ambientais. As empresas que eram direcionadas para o produto, para o mercado e para o cliente, mudam sua direção para o social.

Investir não só na qualidade do produto, mas alinhar isso à qualidade dos processos, das relações empresariais envolvendo funcionários, fornecedores, consumidores, sociedade e ecossistema é o ponto de partida. A imagem das empresas que adotam posicionamento ético é sempre melhorada alcançando maior aceitação social.

2.6 POPULAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL

Segundo as previsões da ONU, a população global estimada em cerca de 300 milhões de habitantes, há 200 anos, ultrapassa hoje quase que 20 vezes esse número. O crescimento populacional não foi sempre significativo. Por um longo período, a população mundial não cresceu abundantemente. Foram-se alternando períodos de crescimento, como o início da Revolução Agrícola, seguido de declínio populacional causado, principalmente, por fomes, por epidemias e por guerras.

A Revolução Industrial iniciada na Inglaterra na segunda metade do século XVIII alterou o ritmo do crescimento, apresentando uma nova realidade, que foi a transição da civilização agrícola para uma civilização industrial e urbana. Embora essa mudança tenha sido marcada também por elevadas taxas de mortalidade, observa-se, após um século, a duplicação do número da população, passando de um para dois bilhões.

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

De acordo com a ONU, foram necessários alguns milhares de anos para a humanidade atingir o primeiro bilhão de habitantes, isto por volta do ano de 1800. O próximo bilhão levou um pouco mais de um século, dobrando o número populacional no planeta. Num período de apenas 30 anos, o terceiro bilhão era alcançado por volta de 1960. O progresso da industrialização, junto com os cuidados com a saúde e aliado ao avanço da medicina permitiu, depois da Segunda Guerra Mundial, um decréscimo rápido da taxa de mortalidade e um crescimento mais rápido ainda nos países em desenvolvimento.

Mais do que o agravamento do aumento populacional, pode-se afirmar que o consumismo é o grande vilão que ameaça o futuro do planeta em relação à garantia da qualidade de vida das atuais e futuras gerações.

Para alcançar um padrão de desenvolvimento sustentável é necessário unir esforços de todas as esferas sociais, sem a exclusão de nenhum setor, discutindo temas importantes, tais como: explosão demográfica, controle de natalidade, desenvolvimento industrial e depredação do meio ambiente - tudo voltado para a idéia de garantia da qualidade de vida.

2.7 AGENDA 21 GLOBAL. POR UM MUNDO SUSTENTAVEL

Em 1992, no Rio de Janeiro, realiza-se a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Cúpula da Terra, ou Rio-92, que reuniu chefes de Estado e representantes oficiais de 179 países, e organizações não-governamentais de todo o mundo em um evento paralelo – o Fórum Internacional de ONGs e Movimentos Sociais. A Agenda 21 foi o documento mais abrangente que resultou dessa conferência e selou um compromisso entre os participantes.

A Agenda 21 é um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, conciliando métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica.

Assim, a Agenda 21 Global constitui a mais abrangente tentativa já realizada de promover, em escala mundial, um novo padrão de desenvolvimento, denominado “desenvolvimento sustentável”.

2.8 AGENDA 21 BRASILEIRA

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

O Brasil tem empreendido esforços para estabelecer um programa de governo com a clara finalidade de fazer a transição para o desenvolvimento sustentável, em consonância com os objetivos e metas traçadas pela Agenda 21 Global.

O governo brasileiro incorporou a Agenda 21 Brasileira no Plano Plurianual (PPA 2004-2007), Lei Federal nr. 10.933, de 11/08/2004, instrumento que estabelece as diretrizes, os objetivos e as metas da administração pública para operar despesas e programas de duração continuada.

A Agenda 21 Brasileira, não é um plano de governo, mas um compromisso da sociedade em termos de escolha de cenários futuros.

Construir uma Agenda 21 pressupõe a consciência dos cidadãos sobre o papel ambiental, econômico, social e político que desempenham em sua comunidade.

2.9 O BANCO DO BRASIL E O COMPROMISSO SOCIOAMBIENTAL

Em junho de 2004, o Banco do Brasil assume compromisso com o Ministério do Meio Ambiente (MMA) para desenvolver uma agenda cujas ações evidenciarão o comprometimento da Empresa com o desenvolvimento sustentável de seus negócios, vindo ao encontro de todo um trabalho realizado pelo Banco do Brasil, desde 2003, voltado para a definição de princípios e estratégias de responsabilidade socioambiental.

O Banco assina, ainda, protocolo com o MMA no sentido de disseminar a Agenda 21 nos projetos de desenvolvimento regional sustentável.

Desde 2003, o tema da responsabilidade socioambiental passou a ser pauta das decisões estratégicas e operacionais do Banco do Brasil com a criação da Unidade Relações com Funcionários e Responsabilidade Socioambiental (RSA), aprovada pelo Conselho Diretor do Banco do Brasil.

Em maio de 2004 a Unidade RSA foi transformada em Diretoria de Relações com Funcionários e Responsabilidade Socioambiental (Dires), passando a exercer maior influência nas decisões estratégicas da Organização.

A partir da criação da área, instituiu-se uma equipe denominada Grupo RSA, com representantes das Vice-Presidências do Banco do Brasil, da Diretoria de Marketing e Comunicação, da Unidade de Estratégia e Organização e da Fundação

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

Banco do Brasil, a fim de que as definições sobre o tema pudessem ser debatidas e compartilhadas com todos os funcionários, em diversos níveis.

Como resultado desses esforços, foram desenvolvidos e aprovados pelo Conselho Diretor do Banco do Brasil o Conceito e a Carta de Princípios de Responsabilidade Socioambiental, para fundamentar e direcionar as ações e movimentos voltados à internalização da cultura de responsabilidade socioambiental na organização.

Foram definidos os seguintes direcionadores, aprovados pelo Conselho Diretor do Banco em julho de 2003:

- a) incorporar os princípios de responsabilidade socioambiental na prática administrativa e negocial e no discurso institucional do Banco do Brasil;
- b) implementar visão articulada e integradora de responsabilidade socioambiental no Banco;
- c) disseminar os princípios e criar cultura de responsabilidade socioambiental na comunidade BB;
- d) ouvir e considerar a diversidade dos interesses dos públicos de relacionamento;
- e) influenciar a incorporação dos princípios de responsabilidade socioambiental no País.

Como resultado foi elaborado um “plano de ação de responsabilidade socioambiental” (2003-2007) e um “modelo de gestão” para o tema, de forma a garantir o comprometimento de todo o Conglomerado com a questão. Ambos foram aprovados pelo Conselho Diretor em dezembro de 2003.

2.10 AGENDA 21 DO BANCO DO BRASIL

Por meio de sua Agenda 21, o Banco do Brasil materializa um roteiro compartilhado de compromissos socioambientais a serem assumidos pelas diversas áreas (Diretorias, Unidades e Gerências Autônomas) para que a Instituição realize a visão de um futuro sustentável.

A Agenda 21 do Banco do Brasil estrutura-se em três “dimensões estratégicas” denominadas:

- Práticas administrativas e negociais com RSA - Seu objetivo é disseminar os princípios e fortalecer a cultura de responsabilidade socioambiental na empresa; manter processos administrativos e negociais coerentes com esses princípios e fortalecer a interação com os públicos de relacionamento.
- Negócios com foco no desenvolvimento sustentável - Tem por finalidade implementar ações de apoio ao desenvolvimento sustentável; financiar atividades de geração de trabalho e renda, de inclusão social e de atividades e tecnologias ambientalmente adequadas.
- Investimento social privado - Essa dimensão visa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população brasileira; apoiar programas relacionados à consciência e preservação ambiental, à defesa e à promoção dos direitos humanos; captar recursos para apoiar ações vinculadas ao desenvolvimento social e incentivar a atuação dos funcionários em trabalhos voluntários e ações sociais.

3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

Foi utilizada uma pesquisa descritiva quantitativa, pois o contexto do problema estava bem definido e existiam hipóteses para serem testadas. O seu objetivo é quantificar respostas às questões apresentadas, de modo a confirmar ou negar hipóteses previamente levantadas

O universo da pesquisa para coleta de dados foi composto pelos 660 funcionários do Banco do Brasil lotados nas agencias que compõe a Gerencia Regional de Varejo de Blumenau ligada à Superintendência Estadual de Varejo de Santa Catarina.

Utilizou-se para coleta de informações e análises uma pesquisa por meio de questionário, aplicada em uma amostra estimada de um terço desse universo, para 230 profissionais, de seus diversos setores, envolvendo o nível gerencial, técnico e operacional (gerente de agência, gerente de administração, gerente de contas, gerente de negócios, caixas, assistentes de negócios e escriturários) conforme quadro de funcionários existente.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os critérios para a análise dos dados foram compostos pela tabulação das informações coletadas, categorizadas por classificações como tempo de empresa, posição hierárquica, nível de conhecimento da Agenda 21 do Banco do Brasil, entre outros, e elaborados gráficos para melhor apresentação e visualização das informações coletadas, possibilitando a interpretação baseada em conhecimentos teóricos.

Inicialmente serão analisadas as questões gerais da pesquisa, com as respectivas citações e análise dos gráficos. Nessa primeira parte já é possível confrontar com os pressupostos elaborados no início do trabalho.

Em seguida, nas tabulações cruzadas serão analisadas as relações existentes entre o tempo de empresa, nível hierárquico e percepção dos funcionários com relação ao tema Agenda 21, que vão subsidiar ainda mais a conclusão dos pressupostos levantados.

a) A pesquisa foi realizada com 230 funcionários lotados na Superintendência Regional de Blumenau, e a grande maioria está na empresa há dez anos, com uma concentração significativa de respostas de funcionários com tempo de empresa de até cinco anos.

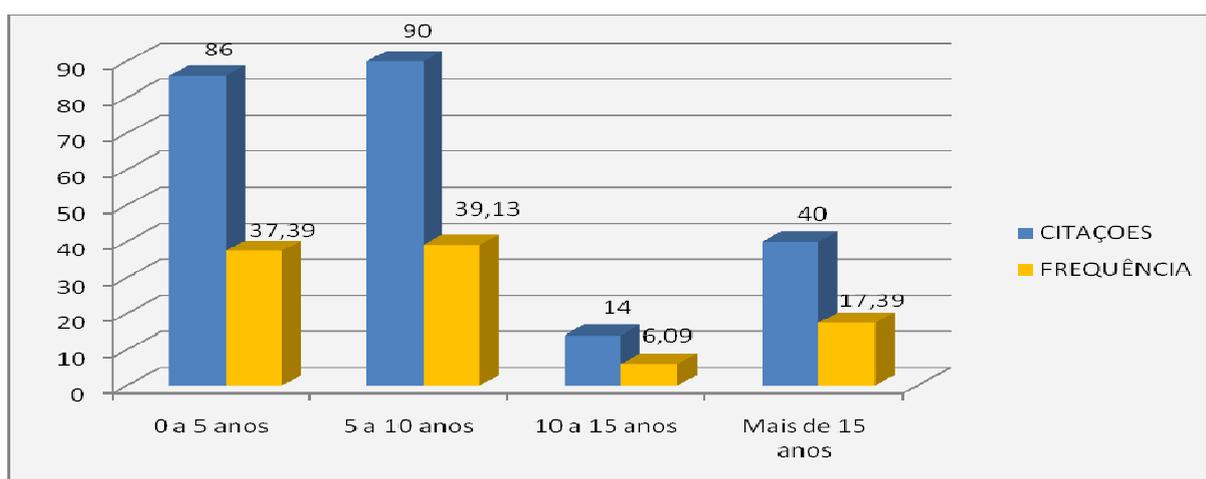


Gráfico 1 - Tempo na empresa

Fonte: O Autor (2009)

b) Foram entrevistados funcionários de todos os níveis hierárquicos e a pesquisa confirmou a predominância do nível operacional, uma vez que esta é a etapa inicial da carreira sendo comum a todos os profissionais que ingressam na

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

empresa. A empresa socialmente responsável deve valorizar a diversidade de seu público interno e oferecer oportunidades iguais independentemente de sexo, raça, idade e origem, e as diferentes histórias de vida.

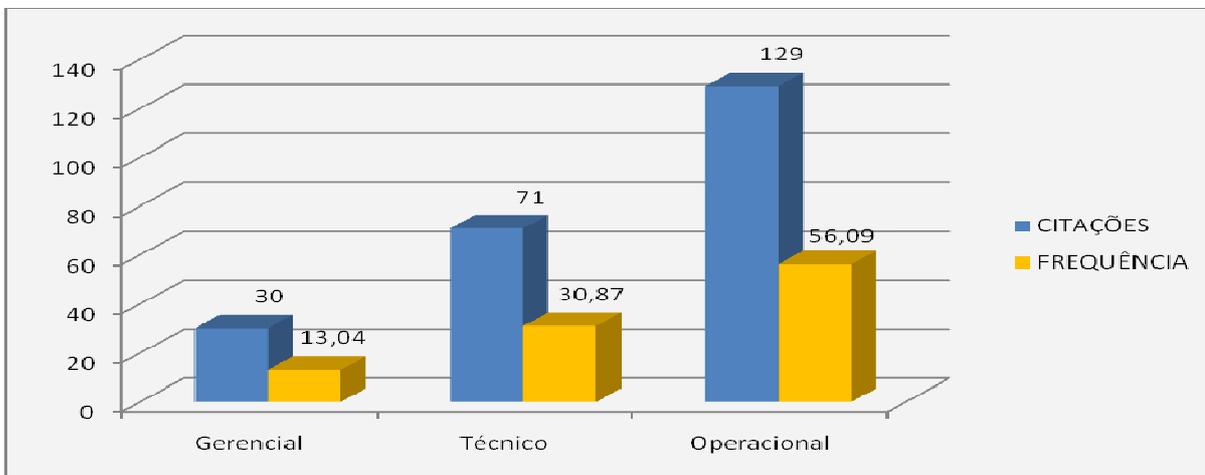


Gráfico 2 - Nível de cargo

Fonte: O Autor (2009)

c) Percebe-se que a grande maioria (85,21%) dos funcionários, conhecem pouco ou nada sobre a Agenda 21 Empresarial elaborada pela empresa da forma como foi estruturada demonstrando a falta de compreensão da estrutura das dimensões da Agenda 21, dos compromissos, iniciativas e desafios da empresa.

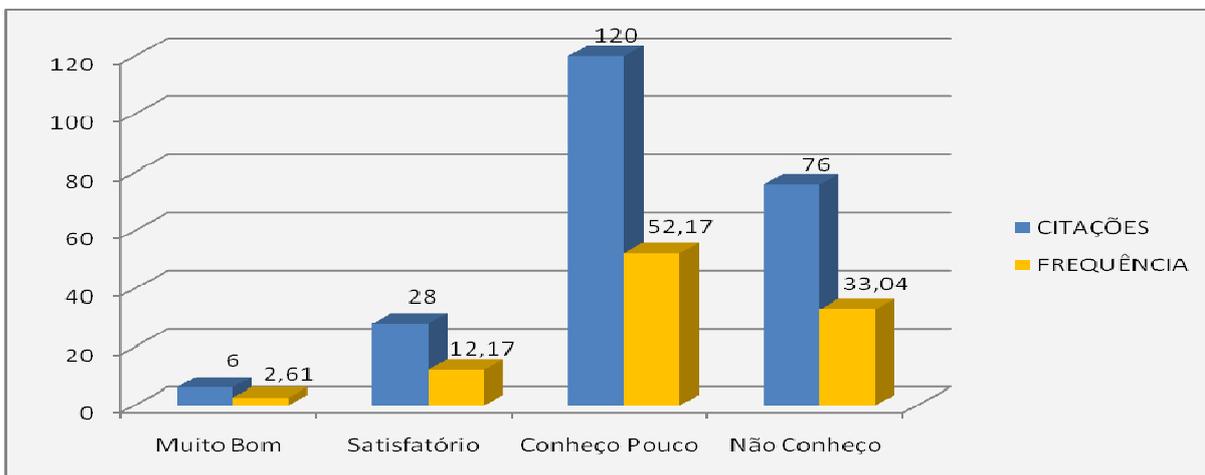


Gráfico 3 - Nível de conhecimento sobre a Agenda 21

Fonte: O Autor (2009)

d) No gráfico 4, ficam evidenciados novamente os pressupostos, uma vez que só “às vezes” o funcionário percebe os compromissos, iniciativas e desafios do Banco presentes diariamente no ambiente de trabalho. Note-se que os funcionários

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

que responderam que nunca tem essa percepção (23,48%) são superiores àqueles que “muitas vezes” tem a mesma percepção no ambiente de trabalho.

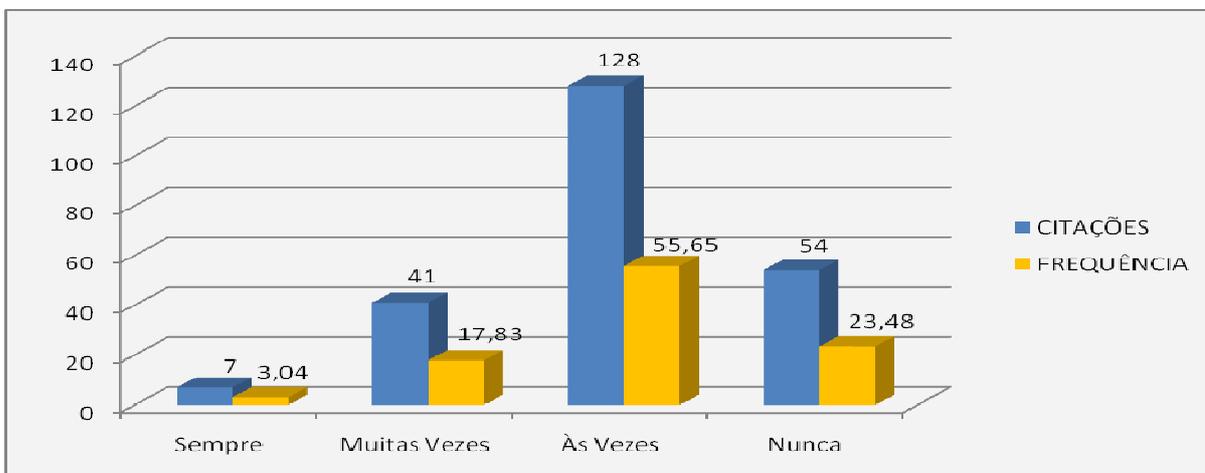


Gráfico 4 - Percepção dos compromissos, iniciativas e desafios presentes diariamente no trabalho

Fonte: O Autor (2009)

e) Para 59,13% dos funcionários “às vezes” são percebidos os benefícios causados à imagem da empresa. Levando-se em consideração que, quase 20% dos respondentes não percebem nenhum benefício chega-se a conclusão de que realmente falta percepção nos funcionários, dos benefícios oriundos da gestão de responsabilidade socioambiental junto à imagem do Banco do Brasil e como o tema sustentabilidade afeta o setor financeiro, confirmando o pressuposto inicial.

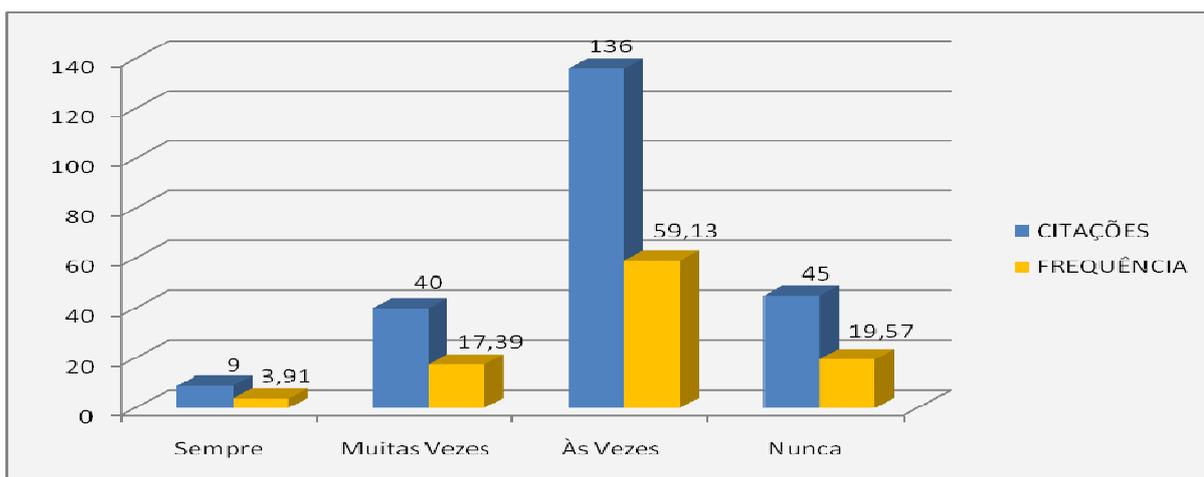


Gráfico 5 - Percepção dos benefícios causados à imagem da empresa

Fonte: O Autor (2009)

f) O gráfico a seguir demonstra a falta de comprometimento dos funcionários (34,78%), segundo observações dos mesmos, quanto às ações de responsabilidade

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

socioambiental praticadas na empresa. Apenas (2,17%) dos respondentes acham que “sempre” há o comprometimento do corpo funcional com a questão.

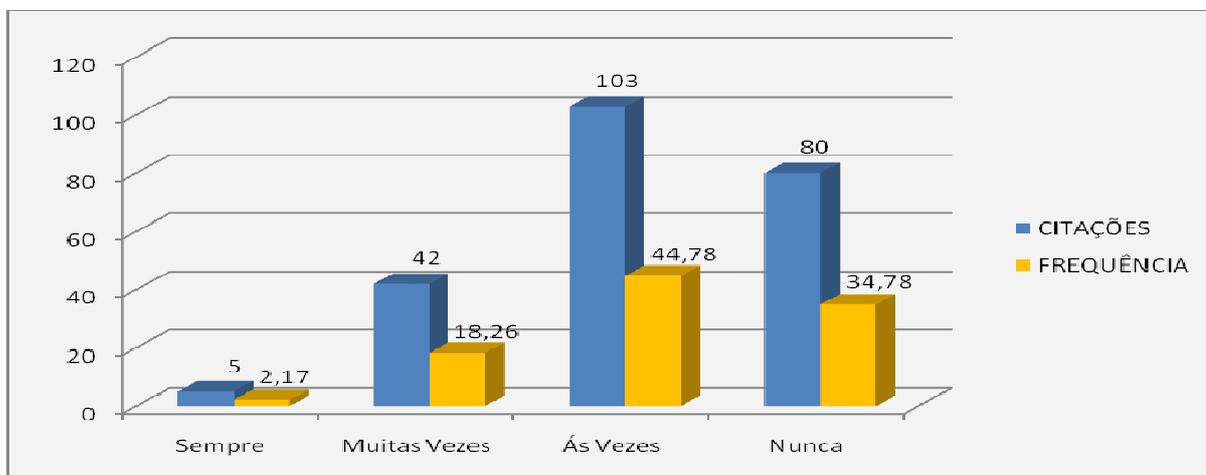


Gráfico 6 - Comprometimento dos funcionários com o desenvolvimento, acompanhamento e avaliação de ações de responsabilidade socioambiental

Fonte: O Autor (2009)

g) Percebe-se através desse cruzamento que a falta de conhecimento dos funcionários novos (41) é maior em comparação com os funcionários que estão há mais tempo (7) na empresa.

Há que se considerar, que o público respondente pertence a uma empresa de economia mista, com participação do Governo Federal, cujo ingresso se faz através de concurso, diferente da iniciativa privada em que há maior rotatividade de funcionários.

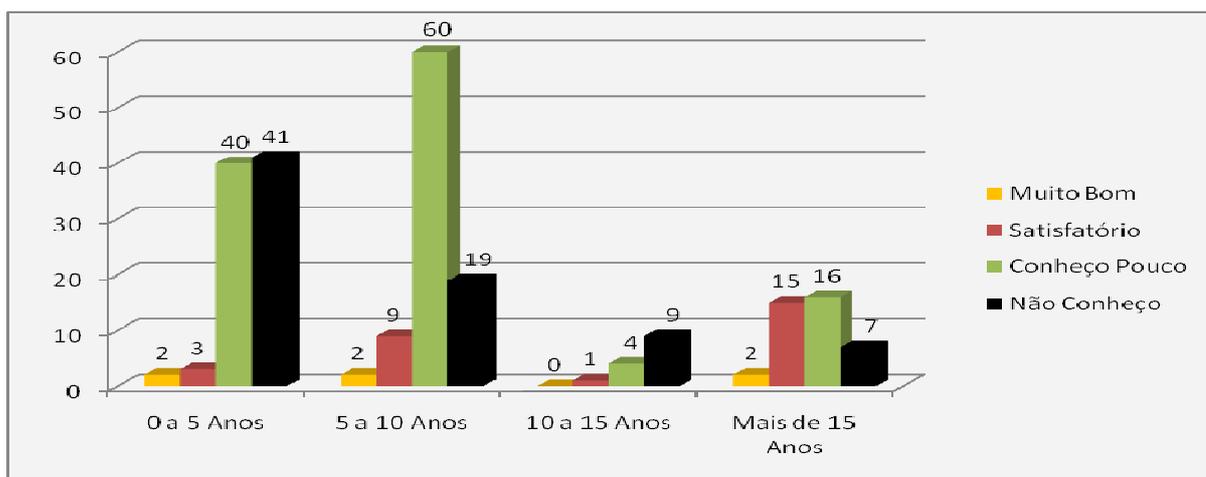


Gráfico 7 - Tempo de empresa x conhecimento da Agenda 21

Fonte: O Autor (2009)

h) Verifica-se com esse cruzamento de respostas, que os funcionários mais novos (41), com até cinco anos, não percebem o comprometimento dos colegas. Às

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

vezes, é percebido pelos funcionários que estão há mais tempo na empresa e com o avanço na carreira tende a ficar mais evidente esse comprometimento.

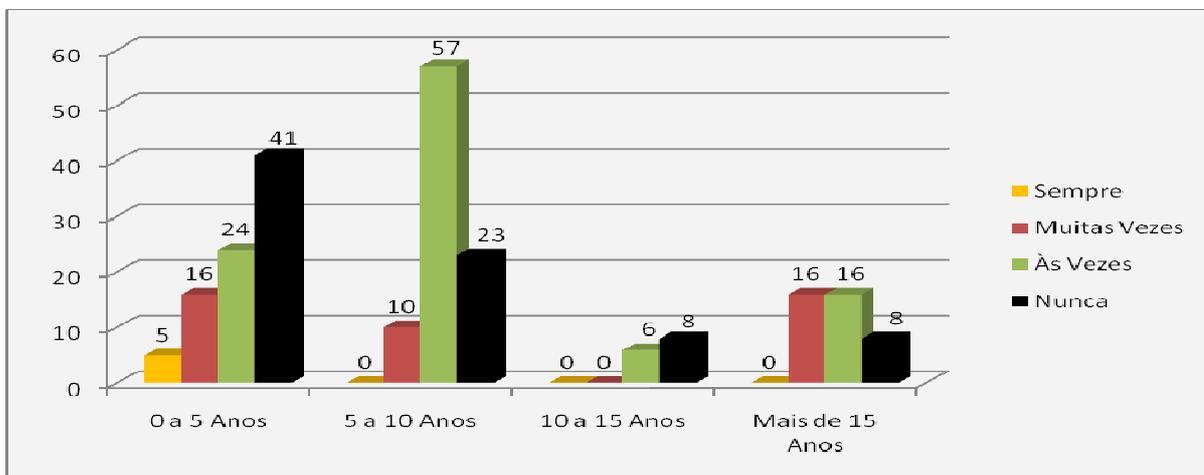


Gráfico 8 - Tempo de empresa x comprometimento dos funcionários

Fonte: O Autor (2009)

i) Esse cruzamento do nível do cargo (gerencial, técnico e operacional) com o conhecimento da Agenda 21, mostra claramente todos os pressupostos levantados no início do trabalho uma vez que a grande maioria (120) desconhece ou conhece muito pouco o tema. O nível operacional concentra o maior número de respondentes, forma a base da pirâmide funcional. É necessária a existência de uma comunicação em via de mão dupla, de maneira que todos tenham espaço para exprimir sua opinião e seu posicionamento com igualdade de oportunidades.

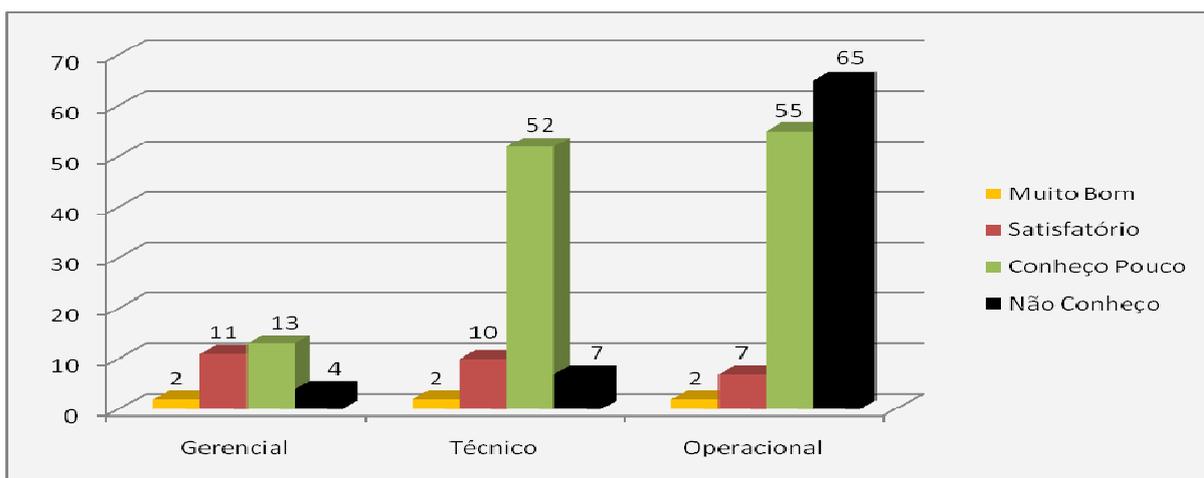


Gráfico 9 - Nível do cargo x conhecimento da Agenda 21

Fonte: O Autor (2009)

j) Os funcionários percebem “às vezes”, em todos os níveis hierárquicos, os compromissos, iniciativas e desafios da empresa com relação ao desenvolvimento sustentável no dia a dia de trabalho. Isso vem de encontro com o pressuposto inicial

de que há um desconhecimento do tema responsabilidade social e desenvolvimento sustentável presentes diariamente no ambiente de trabalho.

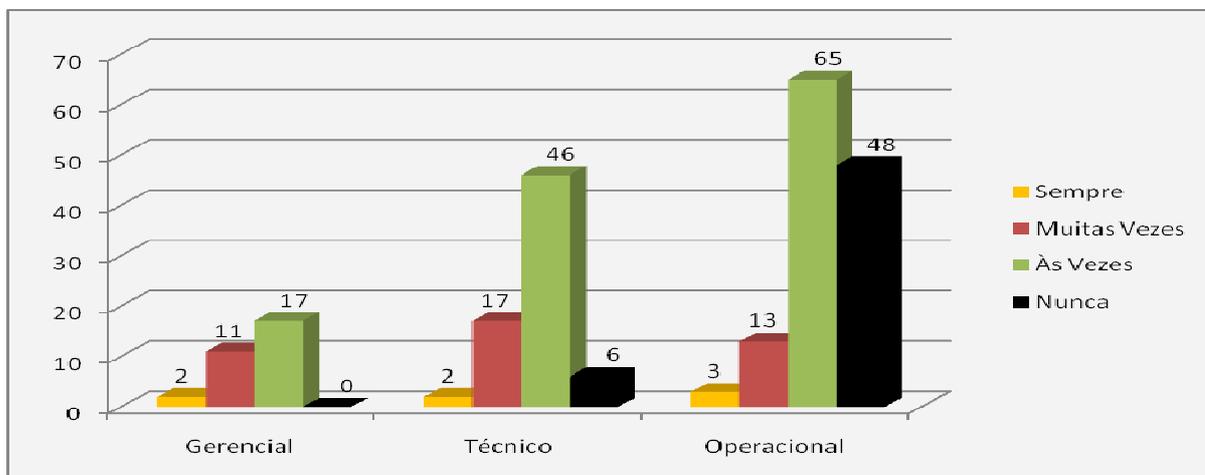


Gráfico 10 - Nível do cargo x percepção de compromissos, iniciativas e desafios da empresa

Fonte: O Autor (2009)

l) Para a maioria dos funcionários, nos diversos níveis hierárquicos, só “às vezes” são percebidos os benefícios causados à imagem da empresa. Levando-se em consideração que, quase 20% dos respondentes (45 citações) não percebem nenhum benefício chega-se a conclusão de que falta percepção em todos os cargos dos benefícios oriundos da gestão de responsabilidade socioambiental junto à imagem da empresa.

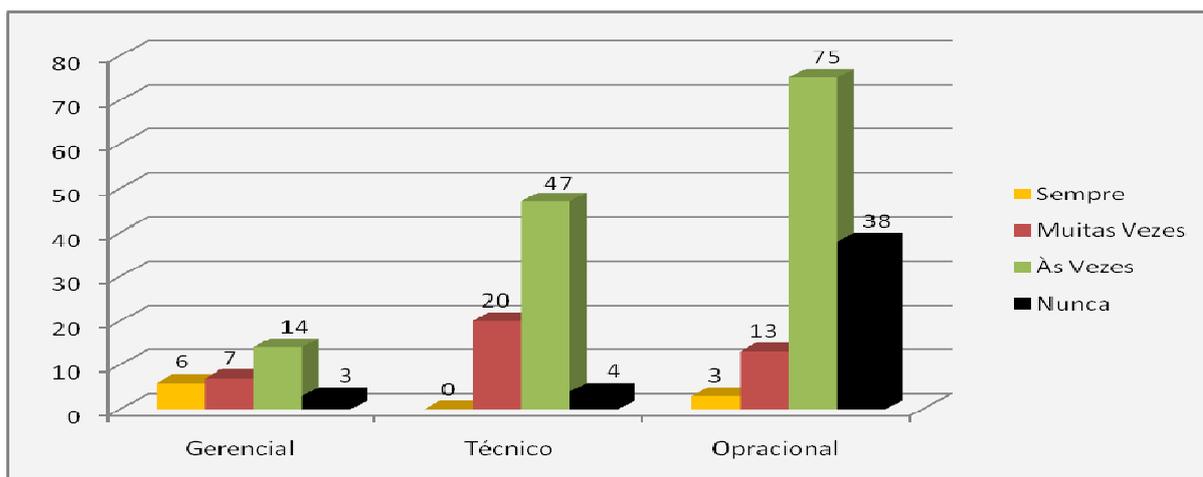


Gráfico 11 - Nível do cargo x benefícios causados à imagem da empresa

Fonte: O Autor (2009)

m) O corpo gerencial “muitas vezes” tem a percepção do comprometimento dos funcionários, no entanto para os níveis técnicos e operacionais essa percepção ocorre “às vezes”.

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

Revela ainda, a falta de percepção do comprometimento dos funcionários do nível operacional (60), segundo observações dos respondentes, quanto às ações de responsabilidade socioambiental praticadas na empresa.

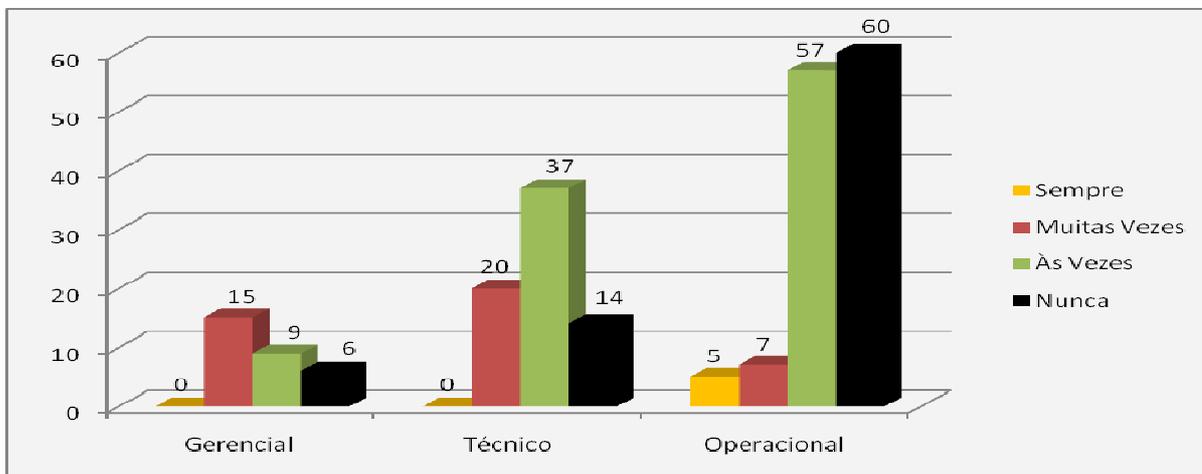


Gráfico 12 - Nível do cargo x comprometimento dos funcionários

Fonte: O Autor (2009)

5 CONCLUSÃO

Desde 2003, o tema da responsabilidade socioambiental passou a ser pauta das decisões estratégicas e operacionais do Banco do Brasil com a criação da Unidade Relações com Funcionários e Responsabilidade Socioambiental (RSA), aprovada pelo Conselho Diretor do Banco do Brasil.

A Agenda 21 do Banco do Brasil engloba negócios com foco no desenvolvimento sustentável, práticas administrativas e negociais com Responsabilidade Socioambiental (RSA) e investimento social privado. Com uma série de objetivos traçados, a empresa reforça seu compromisso com a sustentabilidade, cidadania e o movimento de RSA.

Dessa forma levantou-se a hipótese de que há, uma falta de compreensão da estrutura das dimensões da Agenda 21 pelos funcionários, nos diversos níveis hierárquicos; dos compromissos, iniciativas e desafios do Banco do Brasil com relação à questão; do desconhecimento de que o tema responsabilidade social e desenvolvimento sustentável, através das dimensões da Agenda 21, estão presentes diariamente no ambiente de trabalho; baixa percepção dos funcionários, nos diversos níveis hierárquicos, sobre o desenvolvimento, acompanhamento e avaliação do processo, e dos benefícios oriundos da gestão de responsabilidade

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

socioambiental junto à imagem do Banco do Brasil e como o tema sustentabilidade afeta o setor financeiro.

Os funcionários foram questionados quanto ao nível de conhecimento da Agenda 21 e a grande maioria (85,21%), respondeu que conhecem pouco ou nada sobre a Agenda 21 Empresarial elaborada pela empresa, evidenciando a falta de compreensão dos compromissos, iniciativas e desafios do Banco do Brasil com relação à questão e como estão presentes diariamente no ambiente de trabalho.

Com relação à compromissos, iniciativas e desafios do Banco presentes diariamente no ambiente de trabalho temos que (23,48%) dos respondentes, nunca tem essa percepção.

Para 59,13% dos funcionários “às vezes” são percebidos os benefícios causados à imagem da empresa. Levando-se em consideração que, quase 20% dos respondentes não percebem nenhum benefício chega-se a conclusão de que realmente falta percepção nos funcionários, dos benefícios oriundos da gestão de responsabilidade socioambiental junto à imagem do Banco do Brasil e como o tema sustentabilidade afeta o setor financeiro.

A falta de comprometimento dos funcionários foi observada por 34,78%, dos respondentes quanto às ações de responsabilidade socioambiental praticadas na empresa. Apenas (2,17%) dos respondentes acham que “sempre” há o comprometimento do corpo funcional com a questão.

Na análise dos dados envolvendo o nível do cargo do funcionário (gerencial, técnico e operacional) com o conhecimento que se tem da Agenda 21 e a forma como ela foi estruturada, mostra que a grande maioria (120) dos respondentes desconhece ou conhece muito pouco o tema.

Voltando aos objetivos gerais e específicos deste trabalho, no sentido de propor melhorias para que o tema fique o mais próximo possível dos anseios dos funcionários numa perspectiva de médio prazo, permitindo o reconhecimento das dimensões da Agenda 21 Empresarial tem-se que a atuação social da empresa pode ser eventual ou permanente e vai depender do volume de recursos e motivação.

Para disseminar os princípios e fortalecer a cultura de Responsabilidade Socioambiental entre os funcionários do Banco do Brasil é necessário revisar os conteúdos dos treinamentos internos e específicos sobre o tema; promover palestras e outros eventos; desenvolver e implementar um Sistema de Gestão da Ética

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

Corporativa e aperfeiçoar a prestação de contas sobre a postura de Responsabilidade Socioambiental da empresa.

Manter processos administrativos coerentes com os princípios de Responsabilidade Socioambiental através da elaboração de Painéis do Desenvolvimento Sustentável; contemplar questões socioambientais nos instrumentos de avaliação de desempenho e abordar questões socioambientais nos trabalhos de auditoria e na pesquisa de clima organizacional e satisfação no trabalho.

Quanto ao relacionamento com o público interno, definir iniciativas que promovam a diversidade, nos diversos níveis hierárquicos (As estatísticas internas apontam um percentual reduzido de mulheres exercendo cargos de primeira gestora, em torno de 8%, se comparado à quantidade de funcionárias na empresa); continuar implementando programas voltados para propiciar ambiente de trabalho que promova a saúde física, psíquica, ambiental e organizacional a exemplo do que já ocorre com a semana de qualidade de vida no trabalho.

Manter processos negociais coerentes com os princípios de Responsabilidade Socioambiental no relacionamento com fornecedores, consumidores e clientes através do desenvolvimento e revisão da linha de produtos, serviços e negócios com foco em questões de Responsabilidade Socioambiental.

Fortalecer a interação com os públicos de relacionamento através do aperfeiçoamento dos canais de relacionamento com a comunidade, clientes, órgãos ambientais, fornecedores, funcionários e colaboradores garantindo maior interatividade.

Influenciar a incorporação dos princípios de Responsabilidade Socioambiental em cada localidade onde inserido disseminando junto a fornecedores, clientes, formadores de opinião e a todos os funcionários da empresa.

Especialmente nos últimos anos, foi dada grande ênfase ao Fome Zero. A Fundação Banco do Brasil, como braço social da organização, é um dos principais agentes na promoção dessas iniciativas.

É importante dar visibilidade às ações sociais da empresa, tanto para o público interno quanto para o público externo. Quando os funcionários, gerentes e diretores conhecem o que a empresa está fazendo, eles se comprometem mais e isso faz com que sintam orgulho da empresa onde trabalham.

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

Os resultados detectados em âmbito regional foram analisados ao longo das questões e, em muitos aspectos demonstram os pressupostos inicialmente levantados. Porém, considerando-se que no nosso País até mesmo o conceito de responsabilidade social é recente, podemos concluir que está em curso a conscientização dos funcionários do Banco do Brasil para um posicionamento mais firme com relação a internalização das dimensões da Agenda 21 Empresarial.

AGENDA 21 EMPRESARIAL: BANK OF BRAZIL AND ENVIRONMENTAL COMMITMENT

ABSTRACT

This work aimed analyze, identify and propose solutions in relation to the difficulties encountered by the company to ensure the incorporation of the dimensions of the Business Agenda 21, developed by the Bank of Brazil as a result of commitment to the Ministry of Environment (MMA) to develop an agenda whose actions clearly show the company's commitment to sustainable development of their business within the Retail Manages Region of Blumenau linked to the State Superintendent of Retail in Santa Catarina. There was a quantitative descriptive survey of 230 company employees in various sectors and levels to be a representative sample of the population through structured questionnaire with open and closed. By analyzing the data, were proposed actions to improve the identification of a lack of understanding of the structure of the dimensions of Agenda 21 by officials in the various hierarchical levels, commitments, initiatives and challenges of the Bank of Brazil about the issue; the dark regarding the theme of social responsibility and sustainable development are present daily in the workplace, the importance of the development, monitoring and evaluation of the process and benefits derived from the management of environmental responsibility along the lines of the Bank of Brazil. The classical concept of profit maximization has changed. The company today is something more than just a business, as well as economic interest, is there to speak also in the social interest to be searched.

Keywords: *Sustainable development. Quality of life. Social responsibility.*

REFERÊNCIAS

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

Balanço Social. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>> Acesso em: 01 ago. 2008.

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC.
ISSN 1980-7031

BANCO DO BRASIL. A responsabilidade socioambiental no Banco do Brasil. Disponível em: <<http://www.bb.com.br>>. Acesso em: 08 ago. 2008.

_____. **O Desenvolvimento Regional Sustentável no Banco do Brasil.** In: Política Agrícola. Ano XIII - Nº 4 - Out./Nov./Dez. 2004.

_____. **Responsabilidade Socioambiental na prática.** Agenda 21. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/docs/pub/sitesp/sustentabilidade/dwn/Agenda21.pdf>> Acesso em 01 ago. 2008.

_____. **Responsabilidade Socioambiental na prática.** Agenda 21, p. 1-104, Brasília: Banco do Brasil, 2008.

CASTRO, Cláudio de Moura. **Estrutura e Apresentação de Publicações Científicas.** São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1976.

DIAS, Genebaldo Freire. **Educação ambiental: princípios e práticas.** 6ª ed. São Paulo: Editora Gaia, 2000.

ETHOS – Instituto Ethos de Empresa e Responsabilidade Social. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades.** Vols. I e II. São Paulo: Instituto Ethos, 2003.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. FERREIRA, Marina Baird; ANJOS, Margarida dos (Coords.). **Novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa.** 4. ed. Curitiba: Positivo, 2009.

IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>> Acesso em: 08 ago. 2008.

Legislação Brasileira. Disponível em: <<http://legislacao.planalto.gov.br>> Acesso em 01 out. 2009.

LITTLER, Paul (org.). **Políticas ambientais no Brasil.** São Paulo: Peirópolis, 2003.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de mercado: uma orientação aplicada.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MATTAR, F.N. **Pesquisa de Marketing.** São Paulo: Atlas, 1990.

SCHWANKE, Charles. MULLER, Claus. Agenda 21 empresarial: o Banco do Brasil e o compromisso socioambiental. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.01-23, Sem II 2009. Temática TCC.
ISSN 1980-7031

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável**: Declaração de Joanesburgo e Plano de Implementação (2002: Joanesburgo, África do Sul). Brasília: 2003.

MMA – Ministério do Meio Ambiente. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br>>. Acesso em: 07 ago. 2008.

TENÓRIO, F. G. (Org.). **Responsabilidade social empresarial**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.