



**Revista de Administração e Contabilidade**

*Volume 9, número 2*

*Feira de Santana, maio/agosto 2017, p.47 – 55*

*ISSN: 2177-8426*

## **A Responsabilidade Social Corporativa e Sua Interface com as Instituições Bancárias**

**Filipe de Castro Quelhas**

### **RESUMO**

Este estudo busca realizar uma análise crítica sobre as ações que as instituições financeiras, aqui representados por grandes bancos brasileiros, estão fazendo pelo meio ambiente em comparação com as suas respectivas políticas internas voltadas aos seus colaboradores internos e também seus clientes. A pesquisa realizada tipicamente descritiva e apoiada em dados secundários. O referencial teórico é sustentado nos temas da responsabilidade sócio-ambiental, tais como questão ambiental, posicionamento empresarial referente à responsabilidade social e desenvolvimento sustentável, além de introduzir o papel dos bancos neste cenário. A análise dos Relatórios de Responsabilidade Social Empresarial dos bancos revela que o setor bancário está evoluindo para uma ação estruturada e integrada, indicando a crescente institucionalização da prática social. Para além de lutar pela natureza é preciso reestruturar a relação dos seres humanos com a natureza e dos seres humanos entre si, ou seja, um movimento configurado em projetos políticos que visam a transformação social.

Palavras Chave: Responsabilidade Social – Bancos – Sustentabilidade.

### **ABSTRACT**

This study aims to conduct a critical analysis of the actions that financial institutions, here represented by large Brazilian banks are doing for the environment compared with their respective internal policies geared to their internal employees as well as customers. The survey typically descriptive and supported by secondary data. The theoretical framework is supported on the issues of social and environmental responsibility, such as environmental issues, corporate positioning related to social responsibility and sustainable development, and introduces the role of banks in this scenario. Analysis of Corporate Social Responsibility Reports of banks reveals that the banking sector is evolving into a structured and integrated action, indicating the growing institutionalization of social practice. In addition to fighting for nature is necessary to restructure the relationship of humans with nature and human beings to each other a movement set in political projects aimed at social transformation.

Key-Words: Social Responsibility - Banks - Sustainability.

## 1. INTRODUÇÃO

O tema Responsabilidade Social Empresarial (RSE), na perspectiva da sustentabilidade, recebe cada vez mais atenção da sociedade, mas também se reflete nas práticas e adesões das empresas. Na atual conjuntura, toma proporções mundiais, devido ao instalado processo de globalização do presente século, a exemplo da proposta da Organização das Nações Unidas (ONU) pois, em 1999, em Davos, no Fórum Econômico Mundial, o Secretário Kofi Annan lançou o *Global Compact*, uma série de princípios e metas para serem alcançadas pelos empresários, governo e sociedade civil até 2015, as chamadas Metas do Milênio. Estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2012), demonstra os índices crescentes da prática de responsabilidade social empresarial no Brasil.

São múltiplas as concepções sobre o tema Responsabilidade Social Empresarial. Registra-se ao longo da história, a concepção da visão clássica, defendida pelo economista Milton Friedmam, cuja maximização do lucro é a grande contribuição social que o empresário disponibiliza à sociedade, por ensejar emprego, impostos, produtos e serviços, cuja gênese se encontra nas concepções do neoliberalismo (ASHLEY, 2002).

No Brasil, há várias iniciativas para classificar as empresas em termos de responsabilidade social e ambiental. O Índice de Governança Corporativa (IGC) têm por objetivo medir o desempenho de uma carteira teórica composta por ações de empresas que apresentem bons níveis de governança corporativa. Em Dezembro de 2005 foi lançado o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) pela Bovespa, que avalia ações de empresas que declaram melhores políticas e desempenho nas dimensões econômico-financeiras, governança corporativa, ambiental e social. Nota-se, dessa forma, que a reputação corporativa está sendo avaliada e valorizada em tempo real (WILNER, 2006).

Outra forma de pressão para uma atuação responsável vem dos bancos de financiamento. Sob o ponto de vista de agências governamentais ambientais em diversos países. Conseqüentemente, diversos bancos estão exigindo que a empresa interessada numa linha de crédito apresente seu histórico relativo à sua conduta ambiental e social, numa forma de prevenir problemas futuros, caso a empresa apresente riscos oriundos de passivos ambientais.

O tema responsabilidade social tem sido cada vez mais encarado com seriedade por muitas empresas, organizações não governamentais, instituições e governos. Isso porque ser responsável socialmente é a forma mais avançada e coerente para romper barreiras e quebrar paradigmas.

O objetivo desse trabalho foi realizar uma pesquisa teórica sobre o tema da responsabilidade social empresarial, cujo referencial teórico é sustentado nos temas da responsabilidade sócio-ambiental, tais como questão ambiental, posicionamento empresarial referente à responsabilidade social e desenvolvimento sustentável, além de introduzir o papel dos bancos neste cenário.

Acredita-se, no entanto, que os bancos apesar de possuírem enormes cifras financeiras apenas investem em termos ambientais uma pequena parcela dos seus lucros, porém, acaba exigindo de seus clientes um investimento maior, além disso, há uma preocupação somente com o aspecto macroambiental que permite uma melhoria na imagem da instituição e em contrapartida os problemas microambientais são menosprezados.

### 1.1. SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

Uma sociedade é considerada sustentável “ao atender, simultaneamente, aos critérios de relevância social, prudência ecológica e viabilidade econômica, os três pilares do

desenvolvimento sustentável” (SACHS, 2002). Seguindo esses pilares, as empresas adotam políticas e práticas de sustentabilidade, procurando incorporar estrategicamente seus negócios às dimensões (econômica, ambiental e social) do desenvolvimento sustentável.

O conceito de Desenvolvimento Sustentável emerge como uma nova proposta desenvolvimentista para a sociedade na década de 80 como uma contraposição a realidade vivida desde a Revolução Industrial. “Criamos uma economia que não pode sustentar o progresso econômico, uma economia que não pode nos conduzir ao destino desejado” (BROWN, 2003). A Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1991), também conhecida como Comissão *Brundtland*, foi que definiu o Desenvolvimento Sustentável como sendo aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades.

As teorias e práticas de desenvolvimento sustentável incluem a participação de todos os ramos da sociedade, incluindo as empresas. Isto torna cada vez mais frequente e emergente a necessidade da reflexão dos empresários sobre suas responsabilidades no desenvolvimento social.

De acordo com Almeida (2002) as empresas tiveram seu desempenho focado exclusivamente no lucro, enquanto viveu revoluções industrial, científica e tecnológica. Esta postura reflete negativamente a sua reputação, levando os empresários a novas maneiras de pensar e agir.

*[...] Acostumado a dividir o universo em compartimentos estanques para poder entendê-lo – fruto de uma visão cartesiana, mecanicista, reducionista, forjada em trezentos anos de Revolução Científica e Industrial –, nos últimos anos do século XX o homem viu-se às voltas com a constatação de que a natureza não se deixa apreender completamente pelas ferramentas tradicionais de análise [...]. Para ser compreendida, pede um novo: orgânico, holístico, integrador [...](ALMEIDA, 2002)*

Práticas sustentáveis no cotidiano das empresas são possíveis e que está ao alcance de todos. No atual estado de conhecimento tecnológico e científico é possível observar que ser uma empresa sustentável está mais relacionado a questões culturais do que a capacidade intelectual e econômica de construir novos modelos de desenvolvimento. A incorporação do desenvolvimento sustentável das empresas é um processo ainda em formação (ALMEIDA, 2002).

## **1.2. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

A responsabilidade social empresarial aparece como uma alternativa cada vez mais comum de colocar em prática a sustentabilidade empresarial, um novo contexto mundial que impulsiona as empresas a adotarem modelos de gestão mais sustentável. As empresas podem oferecer a sociedade algo além do crescimento econômico. A responsabilidade social empresarial passa por todos os níveis organizacionais, da estratégia até a operação e busca dar um aspecto mais humano e altruísta a empresa. Adotando esta forma agir a organização contribui para o desenvolvimento social. A realização da responsabilidade social empresarial exige que a organização considere os interesses e as necessidades de todos os públicos afetados pela atividade empresarial (diretamente ou indiretamente) (ALESSIO, 2008).

## **1.3. RESPONSABILIDADE SOCIAL E O SETOR BANCÁRIO**

Os bancos podem transformar o dinheiro no espaço, no tempo, na escala, e ainda podem avaliar os riscos entre investidores e investimentos. Como exercem uma função importante na sociedade, os bancos induzem as empresas a adotarem práticas socialmente responsáveis e executar estratégias para que seus tomadores de crédito se beneficiem através de financiamentos de projetos da instituição bancária (BRITO, 2008).

Mattarozze e Trunki (2007), postulam que:

*(...) muitas instituições financeiras não aceitam a responsabilidade pelos danos sociais e ambientais decorrentes de seus negócios, apesar delas serem ávidas por conceder crédito para o crescimento da economia e por obter os benefícios derivados de seus serviços. Relativamente poucas instituições financeiras, em seus papéis de credor, analista, garantidor, assessor ou investidor efetivamente usam seus poderes para deliberadamente canalizar recursos de negócios sustentáveis ou para encorajar seus clientes a incorporar a sustentabilidade.*

Os autores apresentados acima mostram que os bancos não são apenas de executores de mudanças, mas também indutores de mudanças com as partes que se relacionam, pois induzem as empresas a adotarem práticas sustentáveis e prestarem os seus serviços de forma ética e responsável.

## **2. METODOLOGIA**

Uma pesquisa tipicamente qualitativa, uma vez que, segundo Vianna (2003), uma das linhas da pesquisa qualitativa procura interpretar o mundo em que vivemos e os fenômenos que nos rodeiam, rejeitando a orientação da abordagem quantitativa porque essa imporia ao observador / pesquisador, os pressupostos racionais sobre os acontecimentos de uma forma sistemática, ao invés de refletir sobre esses mesmos acontecimentos através da interpretação teórica do assunto.

A modalidade de pesquisa utilizada baseia-se no pensamento de Vianna (2003), segundo o qual, as formas ditas qualitativas de observação traduzem-se, em geral, em relatos cursivos sobre eventos ou comportamentos, que serão analisados à luz de alguma teoria. Em função da questão de investigação selecionada, restringimos o campo de pesquisa a uma análise bibliográfica do tema. Ainda segundo Vianna (2003), esse tipo de observação pode ser participativa ou não, conforme o interesse em foco ou a condição do observador. Deste modo, optamos pela não realização de pesquisa de campo.

Inicialmente foi desenvolvida em caráter exploratório avançando para o aspecto descritivo da pesquisa, pois segundo Godoy (1995), a palavra escrita ocupa lugar de destaque nessa abordagem, desempenhando um papel fundamental tanto no processo de obtenção dos dados quanto na discriminação do resultado.

Pelo fato da responsabilidade social corporativa ser um tema relativamente novo quando comparado a grandes outros temas da Administração, desta forma este trabalho tem como base a pesquisa exploratória bibliográfica, com o objetivo de permitir maior familiaridade entre o pesquisador e o tema, restringindo-se buscar mais informações sobre determinado assunto (CERVO & BARVIAN 2003). O material bibliográfico analisado constituiu-se em livros, artigos científicos, trabalhos acadêmicos, sites de pesquisa e autores importantes em relação ao tema objeto de estudo, bem como a análise de um Relatório anual de Responsabilidade Social Empresarial de duas instituições bancárias brasileiras.

Entre os meses de abril e maio de 2014 realizou-se pesquisa teórica sobre o discurso socioambiental e a conduta em dois dos principais bancos de economia privada no Brasil, com enfoque em temas considerados fundamentais para que uma instituição seja, de fato, considerada socialmente responsável: trabalhadores, consumidores e meio ambiente. Foi feita uma avaliação comparativa que teve como base informações sobre as práticas dos bancos em assuntos relacionados à Responsabilidade Social Empresarial disponíveis em documentos e relatórios das instituições.

## **3. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

A presente pesquisa sobre Responsabilidade Social e Empresarial dos Bancos

consistiu na avaliação do desempenho em termos de políticas e práticas nas questões referentes aos consumidores, trabalhadores e financiamentos, de dois dos principais conglomerados financeiros privados de capital nacional crédito no país e possuem aproximadamente 50.000 clientes.

Os bancos que tiveram os seus RSE analisados foram o Banco Bradesco SA e Itaú Unibanco Holding S/A que disponibilizam os seus relatórios *on line* nos endereços eletrônicos das instituições. Com intuito de fazer uma comparação entre os dados a análise foi feita com base nas publicações referentes ao ano de 2012, por dois motivos: 1) ser o último relatório que o Itaú Unibanco Holding S/A disponibiliza em seu *site* (<https://www.italu.com.br/>) e; 2) a partir de 2013, o Banco Bradesco SA passou a publicar de forma unificada em seu *site* (<http://www.bradesco.com.br/>) um relatório abrangendo informações dos relatórios anuais de sustentabilidade e das demonstrações contábeis e de análise econômico-financeira.

### **3.1. BANCO BRADESCO SA**

O Relatório de sustentabilidade empresarial do Banco Bradesco SA começa fazendo uma apresentação da importância do documento e as diretrizes que norteiam o compromisso com o tema e reforça a difusão de uma cultura empresarial de responsabilidade socioambiental, informa o que irá apresentar: visão das operações, das iniciativas e dos avanços conquistados em 2012 nas dimensões social, ambiental e econômica, e aponta as perspectivas para 2013.

Lázaro de Mello Brandão, presidente do conselho de administração, e Luiz Carlos Trabuco Cappi, Diretor-Presidente, escrevem uma carta em que as principais realizações e destaques de 2012, as perspectivas e o cenário econômico são retratadas.

A forma como o Bradesco busca incluir a sustentabilidade em sua estratégia de negócios, em seu dia a dia e em suas práticas empresariais é apresentada destacando a forma como nos últimos anos, os fundamentos da economia brasileira melhoraram de maneira significativa, resultando em redução da volatilidade macroeconômica, elevação do patamar de crescimento e melhor distribuição de renda e apresentando os temas que serão priorizados a curto e médio prazo. O banco também apresenta as metas que foram cumpridas e as justificativas relacionadas a finanças sustentáveis.

A atuação do Bradesco em relação à inclusão financeira, utilização de critérios socioambientais na concessão de crédito, produtos de crédito, investimentos, cartões, seguros, títulos de capitalização e previdência, além de informações sobre gestão de riscos. O modelo é a principal estratégia para poder atender um número cada vez maior de pessoas, a empresa acredita na inclusão financeira como forma de contribuir para o acesso de pessoas de classes sociais de menor renda ao sistema financeiro e ao crédito e também como estímulo às economias locais. (BRADESCO, 2012).

São tratados dados de relacionamento com os seus públicos estratégicos: clientes, funcionários, acionistas e investidores, fornecedores, comunidade, governo e sociedade e 3º setor (ONGs), bem como as iniciativas de gestão da marca e de gestão ambiental. As principais iniciativas para a preservação ambiental e a inclusão social; são abordados também os investimentos em instituições, além de projetos e eventos de cunho educacional, ambiental, esportivo e cultural (Quadro 4) (BRADESCO, 2012).

### **3.2. ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A**

O Relatório de sustentabilidade empresarial do Itaú Unibanco Holding S/A começa fazendo uma apresentação da importância do documento e as diretrizes que norteiam o compromisso com o tema e reforça a difusão de uma cultura empresarial de

responsabilidade socioambiental, informa o que irá apresentar: visão das operações, das iniciativas e dos avanços conquistados em 2012 nas dimensões social, ambiental e econômica, e aponta as perspectivas para 2013.

Pedro Moreira Salles, presidente do conselho de administração e Roberto Setubal, presidente executivo, escrevem uma carta em que as principais realizações e destaques de 2012, as perspectivas e o cenário econômico são retratadas.

A forma como o Itaú Unibanco Holding S/A busca incluir a sustentabilidade em sua estratégia de negócios, em seu dia a dia e em suas práticas empresariais é apresentada destacando a forma como nos últimos anos, os fundamentos da economia brasileira melhoraram de maneira significativa, resultando em redução da volatilidade macroeconômica, elevação do patamar de crescimento e melhor distribuição de renda e apresentando como antecipa as tendências aperfeiçoa os negócios para acompanhar as mudanças do mercado (ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A, 2012).

A atuação do Itaú Unibanco Holding S/A em relação à inclusão financeira, utilização de critérios socioambientais na concessão de crédito, produtos de crédito, investimentos, cartões, seguros, títulos de capitalização e previdência, além de informações sobre gestão de riscos (ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A, 2012).

Como um agente de transformação que possui relacionamentos perenes com os clientes, colaboradores e demais públicos, identificam as necessidades e oportunidades locais de regiões onde possuem os maiores polos administrativos para desenhar um mapa de atuação em conjunto com as lideranças da sociedade civil e as entidades públicas. Identificadas as principais demandas, os projetos são executados gradualmente e viabilizados por meio de reuniões e fóruns com órgãos públicos e com a comunidade envolvida (ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A, 2012).

### **3.3. BANCO BRADESCO SA X ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A**

As duas instituições financeiras, apresentam em seus Relatórios de Sustentabilidade Empresarial interesses semelhantes no que se refere aos investimentos em ações sociais.

As atividades de Responsabilidade Social do BANCO BRADESCO SA são orientadas pela política sócio-cultural da empresa que é alicerçada por cinco pilares de atuação: educação, meio-ambiente, solidariedade, cultura e recursos. A questão de Responsabilidade Social é trabalhada pela Fundação Bradesco, que consiste de uma entidade Filantrópica sem fins lucrativos que tem como objetivo o bem estar social.

O BANCO BRADESCO SA disponibiliza uma verba anualmente para que se possa trabalhar em seus cinco pilares, principalmente o da área educacional. A política é válida para todas as unidades espalhadas pelo Brasil, porém cada uma tem a responsabilidade de desenvolvimento e gestão dos próprios projetos, ficando a questão financeira a cargo do Banco, o valor é pré-estipulado no começo do ano e a Fundação aplica este valor nas áreas sociais.

Podemos observar que o ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A acredita que a criação de um plano social teve como postura o comprometimento com a comunidade e com o desenvolvimento econômico e social do País e trabalha com os seguintes valores: respeito à pessoa; legalidade; busca permanente do desenvolvimento; ética; transparência e diversidade.

O ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A sempre trabalhou com o foco na responsabilidade social mais direcionado para a questão de assistencialismo, demonstrando assim que trabalhavam com a responsabilidade social na perspectiva de ajuda humanitária,

sem muito planejamento e mais voltado à filantropia. Só depois do destaque que esta atividade passou a representar nos valores sociais, a empresa passou a trabalhar de forma consistente em atividades de cunho social.

Os dois bancos fazem a divulgação dos resultados da Responsabilidade Social em suas *Home Pages* na Internet. O BANCO BRADESCO SA também distribui revistas e “*folders*” internamente para os seus clientes com a divulgação dos seus resultados.

O Balanço Social é publicado conforme as normas do IBASE. O BANCO BRADESCO SA trabalha com a Responsabilidade Social de forma descentralizada, sendo que a verba de atuação na área social é destinada para a Fundação Bradesco e a mesma decide sua aplicação para as áreas necessárias que são trabalhadas de forma descentralizada pelas unidades. O ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A tem as suas atividades de Responsabilidade Social direcionadas pela Alta Administração, mas também de forma descentralizadas nas unidades, sendo que as unidades obtêm um certo “*empowerment*” para modificar parte das atividades, focalizando a necessidade da região.

O BANCO BRADESCO AS e o ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A têm a Responsabilidade Social localizada nos seus organogramas como Relações Institucionais, representadas respectivamente pela Fundação Bradesco e pelo Programa Itaú Social. Verifica-se que o departamento responsável pela parte social é o de Marketing, vale também salientar, que o responsável pela Responsabilidade Social é o presidente da empresa e é grande o número de pessoas envolvidas nas atividades de Responsabilidade Social.

As empresas declararam que os funcionários apóiam seus projetos sociais. O BANCO BRADESCO SA ressaltou que além de apoiar os funcionários incentivam sua atuação na questão social. O ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A declara que os funcionários participam de seus projetos sociais na medida do possível. Estas duas empresas trabalham para integrar a Responsabilidade Social junto aos demais departamentos da organização. O BANCO BRADESCO SA acredita que a integração de todos os departamentos já acontece de forma natural, pois a Responsabilidade Social na organização existe desde a sua fundação. O ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A busca essa integração através dos trabalhos de voluntariado, existe o Programa “Itaú Voluntário”.

Os dois bancos não avaliam a Responsabilidade Social como sendo uma Vantagem Competitiva perante os concorrentes, e sim uma essência da cultura organizacional para o BANCO BRADESCO SA, e uma essência da corporação para o ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A.

A educação é o foco principal das atenções das duas empresas pesquisadas, sendo que, as crianças e os jovens têm destaque especial e o foco para as ações de Responsabilidade Social está inserido na cultura das empresas participantes da pesquisa. Pode-se observar que as empresas analisadas estão desenvolvendo, particularmente e, na medida de recursos empregados, ações caracterizadas como sendo de Responsabilidade Social, entretanto não há um consenso sobre o que deve ser priorizado ou a forma de divulgação das informações referidas.

As atividades de Responsabilidade Social não podem ser avaliadas meramente como busca de vantagem competitiva. O que se depreende é que as empresas analisadas utilizam tais ações como forma de marketing interno ou externo, obtendo ganhos tanto com o cliente interno como o externo. Portanto, tal cenário ilustra a Responsabilidade Social como um elemento estratégico incorporado à cultura organizacional. Os diferentes programas e projetos que as empresas desenvolvem, diretamente ou com o auxílio de

parceiros, têm como principal foco o envolvimento social. Entretanto, ganhos foram adquiridos pelas empresas.

A aplicabilidade da Responsabilidade Social como fator competitivo comparável às inovações, renovações, preço, distribuição de marcas e tecnologia, bem como os cinco grandes temas institucionais: valorização do consumidor, ecologia, empresa cidadã, ética nos negócios e a empresa parceira - não correspondem à percepção dos dirigentes das empresas pesquisadas. Pode-se afirmar, então, que a Responsabilidade Social apresenta-se como um conceito em construção, com áreas de atuação diferenciadas e bem definidas, conforme evidenciado através da análise cruzada dos dados coletados. Dessa forma, a integração entre a propaganda institucional e a responsabilidade social não se constitui, na percepção dos dirigentes das empresas, em vantagem competitiva sustentável. Mas sim em ações que passam a se constituir em elemento estratégico de sua cultura organizacional.

#### 4. CONCLUSÕES

A análise dos Relatórios de Responsabilidade Social Empresarial dos bancos Bradesco S.A. e ITAÚ UNIBANCO HOLDING S/A revela que o setor bancário está evoluindo para uma ação estruturada e integrada, indicando a crescente institucionalização da prática social. As duas instituições financeiras, demonstram interesses semelhantes no que se refere aos investimentos em ações sociais. Diante este estudo, foi possível observar a transparência que essas organizações têm quando se trata de responsabilidade social. O tema tratado neste trabalho é visto com ênfase nas relações com investidores, fornecedores e sociedade.

Sugere-se pesquisar quais os futuros projetos de ações que estes bancos possuem em relação ao meio ambiente e quais as medidas que serão tomadas para contribuir com a preservação dos recursos naturais, que atualmente estão sendo prejudicados pelas grandes indústrias. Para finalizar, propõe-se fazer estes levantamentos nos períodos anteriores, para analisar como foi a evolução do padrão RSE dos dois bancos estudados aqui, bem como uma verificação dos relatórios dos outros bancos brasileiros.

O objetivo deste trabalho foi realizar uma pesquisa teórica sobre o tema da responsabilidade social empresarial e foi parcialmente atingido. Foram analisados apenas dois bancos, que não podem ser apresentados como todos os bancos brasileiros. A principal fonte de informação foram os relatórios publicados pelos próprios bancos e nenhuma informação contrária aos mesmos é publicada neles. Neste ponto ficou evidente as limitações do presente trabalho, que na próxima etapa (análise de outros anos e outros bancos) deverá consultar outras fontes, como, por exemplo, questionários.

A qualidade de vida dos cidadãos passa por sua identidade enquanto consumidor, os bancos analisados não apresentam políticas claras e consistentes de redução de filas ou diminuição de tarifas. Antes da preocupação com meio ambiente ser prioritária para os bancos, seria necessário uma melhoria nos serviços que eles se propõem a oferecer.

Para além de lutar pela natureza é preciso reestruturar a relação dos seres humanos com a natureza e dos seres humanos entre si, ou seja, um movimento configurado em projetos políticos que visam a transformação social.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALESSIO, R. (2008). *Responsabilidade social das empresas no Brasil: reprodução de postura ou novos rumos?*. Porto Alegre: EDIPUCRS.

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