



INSTITUTO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
MESTRADO PROFISSIONAL EM GOVERNANÇA E SUSTENTABILIDADE
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: GOVERNANÇA E SUSTENTABILIDADE

Anderson Abrão Danne

**A EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA A POLÍTICA DE
SUSTENTABILIDADE DE UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA**

CURITIBA

2018

Anderson Abrão Danne

**A EDUCAÇÃO FINANCEIRA E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA A POLÍTICA DE
SUSTENTABILIDADE DE UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre no Curso de Mestrado Profissional em Governança e Sustentabilidade, do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu do Instituto Superior de Administração e Economia | ISAE.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Pimentel

CURITIBA

2018

D188e Danne, Anderson Abrão
A educação financeira e sua contribuição para a política de sustentabilidade de uma Instituição Financeira / Anderson Abrão Danne. – Curitiba, 2018.
75 f.
Orientador: Ricardo Pimentel.

Dissertação (Mestrado Profissional em Governança e Sustentabilidade), Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu do Instituto Superior de Administração e Economia - ISAE, 2018.

1. Educação financeira. 2. Sustentabilidade. 3. Instituições financeiras. 4. Governança corporativa. I. Pimentel, Ricardo. II. Título.

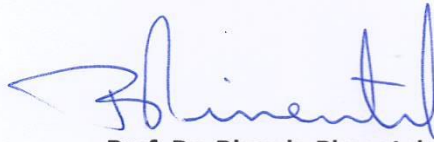
CDU 658.114.7

TERMO DE APROVAÇÃO

Anderson Abrão Danne

"A Educação Financeira e sua Contribuição para a Política de Sustentabilidade de uma Instituição Financeira"

DISSERTAÇÃO APROVADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE NO PROGRAMA DE Mestrado Profissional em Governança e Sustentabilidade do Instituto Superior de Administração e Economia - ISAE, PELA SEGUINTE BANCA EXAMINADORA:



Prof. Dr. Ricardo Pimentel

Instituto Superior de Administração e Economia | ISAE
Presidente da Banca Examinadora



Profa. Dra. Alexandra Arnold Rodrigues

Instituto Superior de Administração e Economia | ISAE
Examinador Interno



Profa. Dra. Danielle Denes dos Santos Carstens

Universidade Positivo | UP
Examinador Externo

À minha esposa Márcia, aos meus filhos Julia e ao Arthur, por todo apoio, força e inspiração para persistir nessa jornada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas envolvidas direta e indiretamente na realização deste trabalho. Registro o enorme apoio e incentivo que recebi de meus amigos e colegas de trabalho na elaboração do estudo e na concretização da pesquisa. Quero registrar também meu agradecimento aos responsáveis pela área de sustentabilidade pesquisada, pela disponibilidade e boa vontade ao prestarem as informações necessárias para a realização desse estudo.

Agradeço também ao meu Orientador Doutor Ricardo Pimentel, que me apoiou, provocou e instigou na realização e conclusão dessa pesquisa; sem seu apoio a concretização deste estudo não seria possível.

“A percepção do desconhecido é a mais fascinante das experiências. O Homem que não tem os olhos abertos para o misterioso passará a vida sem ver nada”

Albert Einstein

RESUMO

A proposta deste estudo é analisar como um programa de educação financeira pode contribuir com a política de sustentabilidade de uma instituição financeira no Brasil; qual o efeito deste programa nos colaboradores desta instituição; qual o efeito que ele pode ter na comercialização sustentável dos produtos desta organização; e, subsequentemente, que tipo de transformação ele pode trazer aos clientes da instituição e à sociedade. Há escassez de pesquisas sobre o assunto no enfoque proposto, principalmente no contexto brasileiro, cuja economia, com altas taxas de juros e preços exagerados de serviços e produtos, não privilegiava a educação financeira da sociedade que sempre utilizou os meios financeiros como subsídio para realização de seus objetivos e até mesmo para sua subsistência. Os serviços financeiros se tornam cada vez mais complexos e sofisticados, e os investidores a cada dia têm mais acesso a produtos com diferentes características, políticas de investimento e composição de carteira. Verificamos ao longo a pesquisa que a implementação de um programa de Educação Financeira como o que foi desenvolvido pela instituição em questão se mostrou como um auxílio significativo para sua Política de Sustentabilidade. A ideia mesma do programa consta como um dos princípios seguidos por essa política. Constatamos, por meio de análise do referencial teórico e das entrevistas realizadas com os gestores da empresa, que ao investir na criação de tal programa a instituição beneficiou a si mesma e à sociedade na qual está inserida, uma vez que buscou fornecer subsídios para os cidadãos desenvolverem habilidades financeiras que visam desenvolver níveis de endividamento saudáveis para as instituições e para si mesmos.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Educação Financeira; *Suitability*.

ABSTRACT

This research aims to analyze how a financial education program can contribute to the sustainability policies of a financial institution in Brazil; what the effects of this program over this institution's employees are; what effects it can have through its products sustainable trading; and, subsequently, how it can transform its customers and the society where it is located in. There is a significant lack of researches on the subject, mainly on what concerns the Brazilian context, an economy with high interest rates and exaggerated prices on services and products. A place that has not favored financial education and that has always used the financial area as a subsidy for its goals and even for its own subsistence. The financial services are more and more complex and sophisticated, as the investors have more access to products with diverse features, investment policies and investment portfolio compositions. We confirmed that the creation of a Financial Education program, such as the one developed by the institution that we are studying, has been a meaningful aid for its Sustainability Policies. The very idea of the program is already written inside it. We also concluded, under analysis of our theoretical background and interviews that were carried out with some of the company managers, that by investing in such a program the institution ended up developing its own goals as well as the goals of the society where it is currently working in as it looked for ways of aiding its citizens on developing their financial skills, which are good for creating safe levels of debt for institutions and for themselves.

Keywords: Sustainability; Financial Education; Suitability.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial.....	21
Figura 02 – O <i>tripé da sustentabilidade</i>	23
Figura 03 – Logo do <i>Global Reporting Initiative</i>	32
Figura 04 – Benefícios da Educação Financeira	57
Figura 05 – Objetivos de educação financeira para clientes	61

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA	12
1.2	OBJETIVOS DA PESQUISA	12
1.3	JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA.....	13
1.4	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	17
2	QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA	18
2.1	SUSTENTABILIDADE.....	18
2.2	O <i>TRIPLE BOTTOM LINE</i> DA SUSTENTABILIDADE	22
2.3	POLÍTICAS DE SUSTENTABILIDADE	28
2.4	EDUCAÇÃO FINANCEIRA	34
2.5	A INSTITUIÇÃO FINANCEIRA PESQUISADA E A SOCIEDADE	40
3	METODOLOGIA	42
3.1	ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA	42
3.1.1	Perguntas de pesquisa	42
3.1.2	Definição das categorias de análise	42
3.1.3	Definição de termos relevantes	43
3.2	DELIMITAÇÃO DE PESQUISA	44
4	ANÁLISES DOS RESULTADOS DA PESQUISA	45
4.1	BREVE APRESENTAÇÃO DO CAMPO	45
4.2	ANÁLISES E RESULTADOS.....	50
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
	REFERÊNCIAS	70

1 INTRODUÇÃO

A concepção de sustentabilidade constantemente se desenvolve e ganha novos aspectos sob os olhares críticos das sociedades contemporâneas. Conforme o tempo passa se torna necessário remodelar concepções que, por serem continuamente necessárias, acabam por precisar que seus contornos sejam revisitados pela crítica e pelos estudiosos.

A sistematização do pensamento sustentável surgiu há algumas décadas, e continua pertinente e se desenvolvendo para que haja conscientização no mundo como um todo e, como é foco da presente pesquisa, no ambiente corporativo de maneira mais específica. Hoje, sustentabilidade é um conceito relacionado a elementos variados e é percebida como um mecanismo amplo de responsabilidade social, sendo esta qualquer ação que possibilite melhorar o respeito em relação à diversificação cultural com ética e responsabilidade em prol do que é ecologicamente correto e viável no âmbito econômico e social (NASCIMENTO, 2012).

As origens da discussão foram, como hoje, de intenso debate. Já na *Conferência de Estocolmo*, considerada como “[...] ponto de partida para a proteção internacional do meio ambiente” (PASSOS, 2009, p. 1), havia conflitos de interesse que colocavam em pontos opostos países desenvolvidos e não desenvolvidos:

Os primeiros, preocupados com a crescente degradação ambiental que ameaçava sua qualidade de vida. Os outros, preocupados em não sofrerem restrições à exportação de seus produtos primários e não terem seu desenvolvimento obstruído. Essa oposição era ainda mais tensa se imaginarmos que países do Terceiro Mundo atribuíam ao seu pouco crescimento econômico parte dos problemas ambientais. Portanto, para eles a solução dos problemas ambientais passava pela extinção da pobreza. (NASCIMENTO, 2012, p. 53)

Com isso foi possível fazer com que a questão ambiental saísse da esfera puramente ambiental e pudesse ser discutida em relação ao seu envolvimento com a sociedade como um todo. O que antes eram dois pilares: economia – desenvolvimento – e biologia – meio ambiente agora adquire uma nova acepção: a dimensão social. A relação entre meio ambiente e economia passou a ser

concebida como algo que deve ser observado em conjunto, mais do que isoladamente, é: “[...] a economia como um subsistema da ecologia, interagindo com a natureza em seu processo de transformação, baseado na segunda lei da termodinâmica” (idem, p. 54). É fundamental, na época em questão (década de 70), o trabalho de Naess (1973), que:

[...] tornar-se-á rapidamente o estandarte dos ambientalistas mais radicais, com a distinção entre ecologia superficial (que se preocupa com a poluição nos países desenvolvidos) e ecologia profunda (que se volta para os problemas ecológicos existentes nas estruturas das sociedades em todo o mundo). (NAESS apud NASCIMENTO, 2012, p. 54)

Portanto, pensar sustentabilidade na contemporaneidade implica no desenvolvimento de meios mais eficientes de resolver problemas advindos da relação das empresas com o meio ambiente e com a esfera social. Além da noção de sustentabilidade que se ancora na defesa e manutenção do meio ambiente e de questões relacionadas os pesquisadores acabaram desenvolvendo noções mais amplas sobre o assunto. Em artigo denominado *Trajectoria da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico* (2012, p. 51), Naess faz uma síntese pertinente de como a concepção se tornou ampla:

A noção de sustentabilidade tem duas origens. A primeira, na biologia, por meio da ecologia. Refere-se à capacidade de recuperação e reprodução dos ecossistemas (resiliência) em face de agressões antrópicas (uso abusivo dos recursos naturais, desflorestamento, fogo etc.) ou naturais (terremoto, tsunami, fogo etc.). A segunda, na economia, como adjetivo do desenvolvimento, em face da percepção crescente ao longo do século XX de que o padrão de produção e consumo em expansão no mundo, sobretudo no último quarto desse século, não tem possibilidade de perdurar. Ergue-se, assim, a noção de sustentabilidade sobre a percepção da finitude dos recursos naturais e sua gradativa e perigosa depleção.

As duas noções supracitadas, longe de serem antagônicas, complementam-se. Com o tempo, percebeu-se que não seria mais possível tentar encontrar soluções que não levassem em conta uma visão crítica que englobasse os vários elementos que afetavam questões similares. Dessa forma, a questão econômica se uniu à social e à ambiental, e problemáticas

relacionadas ao gerenciamento de recursos (seja em pequena ou em larga escala) começaram a ser debatidas com um olhar mais completo.

Nesse contexto voltamos nosso olhar ao Brasil de início do século XXI. A expansão dos mecanismos de crédito tem possibilitado ao brasileiro o acesso a bens e serviços, o que gera desenvolvimento e crescimento para o país e, paralelamente a isso, há um cenário de crise decorrente das dificuldades de geração de emprego e renda por conta da instabilidade política que inevitavelmente é refletida no cenário econômico. Com isso há aumentos significativos do endividamento do brasileiro:

De maneira concomitante ao aumento expressivo na demanda por crédito tem ocorrido o endividamento das classes de renda mais modestas, com crescimento significativo da participação do cartão de crédito, modalidade que apresenta o maior indicador de inadimplência. Essa constatação estimulou o debate acerca das consequências do aumento do crédito ao consumidor e as implicações para a economia brasileira. (SBICCA; FLORIANI; JUK, 2012, p. 7)

Faz-se, então, necessária uma nova concepção de educação, que faça com que as pessoas lidem de modo mais eficiente com o dinheiro e seus recursos pessoais. Deve-se educar o cidadão para que ele lide com eficiência com a questão das finanças pessoais para que ele venha a atingir quantidades “saudáveis” de endividamento e de poupança, sendo possível chegar a níveis adequados de prosperidade socioeconômica (BRITO; BAPTISTA; SILVA; BRAZ; HENRIQUE, 2012).

O *Dow Jones Index* é o mais importante índice econômico mundial, e índice da bolsa mais citado no planeta (SHOVEN; SIALM, 2000), o que significa que ser uma das empresas presentes nele garante visibilidade e reconhecimento de decisões acertadas de gestão. Ele foi criado como um mecanismo de análise da sustentabilidade das empresas ao redor do mundo, e também:

[...] analisa as práticas adotadas pelas ... empresas que tem ações na bolsa de valores, identificando seus resultados e classificando-as como sustentáveis ou não, assim os compradores saberão se estão adquirindo ações de empresas com responsabilidade ambiental e social e quais as vantagens de adquiri-las. (ATITUDES SUSTENTÁVEIS, 2016, s.p)

No ano de 2017, seis empresas brasileiras passaram a integrar o índice. São elas: *Banco Bradesco SA, Itaú Unibanco Holding SA, Itaúsa, Embraer, Cielo e Companhia Energética de Minas Gerais* (BARBOSA, 2017, s.p). Para fazer parte desta lista, o processo de seleção é rigoroso e conta com mais de uma etapa de avaliação e análise. Em 2016 eram sete as empresas que fizeram parte dele. Ainda que o Brasil tenha muitas empresas com ações sustentáveis, faz-se necessário um aumento da conscientização a respeito dos mecanismos sustentáveis e de sua relação com a existência de programas de educação financeira pelo país (MADALENA; ROVER; FERREIRA; FERREIRA, 2016).

Dadas estas considerações iniciais a respeito destas duas grandes áreas de abrangência da presente pesquisa, sustentabilidade e educação financeira, buscamos demonstrar como um programa de educação financeira oferecido pela instituição contribui para a melhoria das políticas de sustentabilidade da mesma. Entendemos, afinal, que é necessário que o cidadão do mundo atual entenda os mecanismos econômicos que afetam direta e indiretamente sua vida. Conhecimento acerca deles torna possível melhorar a sociedade na qual o cidadão e as empresas e instituições em geral estão inseridos.

1.1 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

O estudo visa responder a seguinte pergunta: **como um programa de educação financeira contribui com a política de sustentabilidade de uma instituição financeira no Brasil?**

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

Os objetivos gerais e específicos desse estudo são a seguir apresentados.

i. Objetivo Geral

O Objetivo geral desse estudo é identificar **a contribuição de um programa de educação financeira para com a política de sustentabilidade de uma instituição financeira.**

ii. Objetivos Específicos

Os objetivos específicos deste trabalho são:

- a) Descrever e analisar o programa de educação financeira da instituição em questão;
- b) Descrever e analisar a política de sustentabilidade dessa instituição financeira;
- c) Analisar a relação entre seu programa de educação financeira e a composição de sua política de sustentabilidade.

1.3 JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA

O objetivo desse trabalho, cujo enfoque é qualitativo, é verificar de que forma um programa de educação financeira contribui com a política de sustentabilidade de uma instituição financeira no Brasil. O tema sustentabilidade, desde seu advento, é de relevância inequívoca e vem ganhando novos contornos a todo o tempo. Tanto as organizações como a sociedade em geral reconhecem sua cada vez maior relevância (PADIA; SERVAT; FAGUNDES; PEREIRA; POLACINSKI, 2013). Da mesma forma, questões relativas ao equilíbrio financeiro são uma preocupação não exclusiva das organizações, mas também das sociedades nas quais elas estão inseridas. Diante do exposto, um estudo que busca abordar os dois temas é de interesse não somente da academia como também de toda a sociedade.

Há esforços cada vez maiores por parte do mercado na busca pela ampliação de uma conscientização financeira que auxilie a sociedade brasileira a se desenvolver plenamente. Uma aplicabilidade bastante imediata da consciência financeira pelo brasileiro se encontra em entender fatores bastante decisivos nas suas vidas, como a compreensão integral do que é o sistema previdenciário brasileiro, por exemplo. De acordo com Liskaukas (2017, s.p):

Fazer o cliente entender a importância da cultura da previdência é apontado como o maior desafio de um mercado que se tornou muito mais competitivo nos últimos três anos, pelo uso de tecnologia em novas plataformas, aumentando o poder do cliente de comparação de produtos.

É por meio de programas de educação financeira como o objeto da presente pesquisa que se pode “fazer o cliente entender” o que os recursos ao seu redor significam e como é possível utilizá-los da maneira mais adequada. Por meio de tais estratégias a sociedade como um todo acaba por se beneficiar de menos erros individuais que, se somados, tomam proporções catastróficas para o bom andamento da economia de um local. As próprias empresas se beneficiam enormemente de estarem inseridas em locais onde há cidadãos conscientes a respeito dos mecanismos financeiros da sociedade onde vive. Além de isso influenciar diretamente a sua relação com o consumidor, a própria relação da empresa com o funcionário é seriamente afetada por comportamentos financeiros duvidosos:

Em um mundo ideal, a empresa pagaria o salário aos empregados (integralmente e tempestivamente) e esses usariam os recursos recebidos da forma mais racional e sensata possível, e tudo estaria resolvido. Mas no mundo real, os empregadores precisam começar a se preocupar com a forma como seus empregados administram suas próprias finanças, sob o risco de acabarem gerando um problema (inclusive financeiro) para elas mesmas. (MASSARO, 2015, s.p)

Se a sociedade como um todo é capaz de gerir os próprios recursos de maneira apropriada, com auxílio de um programa de educação financeira, por exemplo, as empresas, em especial as instituições financeiras, que lidam diretamente com os recursos, irão se beneficiar diretamente disso. Seus clientes e consumidores acabam por se tornar mais conscientes e sua relação com as

empresas e o mercado em geral se torna mais saudável e menos problemática como um todo (RESENDE, 2013). A necessidade de aumento da oferta de programas de educação financeira pelo território brasileiro vem ao encontro da demanda crescente pelos mesmos:

Com aumento em combustível, transporte e energia, crise na economia, inflação em alta e falta de água, a educação financeira se tornou imprescindível para poder passar por essa fase com consciência e sustentabilidade financeira. (DOMINGOS, 2017, s.p.)

Faz-se necessário, por conta dos crescentes desafios causados por razões variadas, buscar modos de aprender como se adaptar a diferentes cenários de instabilidade econômica: “Isso é muito importante, pois mostra que as pessoas estão tomando consciência da importância sobre o tema e que não se trata apenas de números, mas [...] de uma questão comportamental” (idem, 2017, s.p). Tal conscientização é tão importante que até mesmo escolas estão adotando livros didáticos e paradidáticos¹ que auxiliem no ensino de educação financeira aos seus alunos (RESENDE, 2013; DOMINGOS, 2017). Há cursos sendo desenvolvidos com o mesmo objetivo, e além da grande funcionalidade da oferta mesma, paralelamente é necessário que se capacite pedagogicamente os instrutores, que acabam por se tornar propagadores em tempo integral deste conhecimento.

O investimento em educação financeira é fundamental não apenas para os sujeitos que não lidam diretamente com o mundo corporativo, mas também dentro das próprias empresas. Isso possibilita uma significativa melhora da relação dos colaboradores de uma empresa entre si e com o próprio local de trabalho:

Problemas [financeiros] dos funcionários podem afetar negativamente a empresa de diversas formas: queda na produtividade, baixa na criatividade, aumento do absenteísmo, incremento das fraudes internas, problemas de relacionamento, aumento do número de acidentes e de falhas e, por vezes, até problemas envolvendo clientes. (MODERNELL, 2011, s.p)

¹ Materiais que não são necessariamente didáticos, mas que acabam de alguma forma tendo função didática e de ensino.

Além da ideia de “absenteísmo”, como apresentada acima, ser bastante problemática e se apresentar com uma das consequências de má conscientização financeira, há também o problema denominado como “presenteísmo”, segundo o qual “o funcionário vai para a empresa, cumpre seu horário, ocupa seu local físico, mas não consegue exercer plenamente sua capacidade de trabalho (por estar “com a cabeça em outro lugar”, possivelmente pensando em dívidas e cobranças) (MASSARO, 2015, s.p).

Complementando a questão da Educação Financeira há a ideia de sustentabilidade. É um conceito que se encontra intrinsecamente relacionado à conscientização financeira, uma vez que não é possível pensá-los isoladamente, mas apenas em um conjunto que se complementa (DANTAS; RODRIGUES, 2015). É necessário começar cedo a propagar as ideias adequadas a este respeito na mente dos sujeitos:

Crianças que são estimuladas a desenvolver consciência financeira, no futuro irão se tornar adultos mais responsáveis e preocupados com o meio ambiente, deixando a prática do consumo pelo consumo, planejando seus gastos, ficando longe de atividades que possam comprometer seus objetivos e seu futuro. (DANTAS; RODRIGUES, 2015, p. 1)

É de acordo com essa lógica que cada vez mais empresas têm adotado, além de programas de educação financeira, políticas de sustentabilidade. A revista *Exame* publica anualmente uma lista de empresas que se destacam por conta de suas políticas de sustentabilidade. Sua lista mais recente, datada de 23 de novembro de 2016, faz um apanhado sob diversas categorias das empresas que têm se mostrado mais efetivas em relação ao seu pensamento sustentável. Além de apresentar estas empresas, a revista separa em diversas categorias, como Empresa do Ano, Direitos Humanos, diversas categorias relacionadas a aspectos de gestão etc. Também separa por setores as empresas, como a que foi destaque do setor de energia, a do farmacêutico, a química e assim por diante.

Entre estas empresas há nomes variados, como *Natura* – que se apresentou como um dos destaques principais do guia no ano em questão –, *Volvo*, *Coca-Cola* e outros. Há grande interesse por parte das próprias empresas em fazer parte desta lista, uma vez que isso possibilita grande visibilidade no

mercado e grande atração de consumidores e investidores. Ela é elaborada pela *Fundação Getúlio Vargas* de São Paulo e conta com um rigoroso mecanismo de seleção, dividido em três etapas que levam em conta o desempenho dos candidatos em critérios como o social, o ambiental e o econômico (o que se relaciona com o *triple bottom line* sobre o qual falamos nas próximas páginas desta pesquisa). No ano em questão, 190 empresas preencheram o questionário solicitado pela fundação, o que resultou na publicação das 69 empresas mais sustentáveis do país.

1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Esta dissertação encontra-se estruturada em cinco capítulos e em seus respectivos subcapítulos. O primeiro corresponde à introdução do trabalho, onde é possível ler um panorama do tema pesquisado, objetivos e a respectiva justificativa que motivaram a realização deste estudo. O segundo capítulo apresenta os conceitos e fundamentos teóricos que alicerçam a pesquisa, bem como os conceitos e discussões sobre sustentabilidade; *Triple Bottom Line*; Educação Financeira; a sustentabilidade na Instituição Financeira em questão; a relação da instituição financeira estudada e a sociedade na qual ela está inserida; e, por último, a convergência desses temas com o foco deste estudo.

O terceiro é destinado à metodologia utilizada para realização da pesquisa. Na sequência, no quarto capítulo, apresentamos a análise dos dados coletados por meio de entrevistas estruturadas e questões elaboradas para serem aplicadas aos gestores da instituição escolhida como objeto de estudo. Esta análise também leva em conta os dados obtidos por meio das leituras de documentos da instituição e referências bibliográficas diversas coletadas. Por fim, apresentamos as considerações finais do trabalho, onde resumizamos o que foi encontrado e discutimos de modo geral as conclusões a que chegamos com a pesquisa.

2 QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA

Este capítulo estabelece as bases teóricas sobre as quais se desenvolverá o estudo. Ele está dividido em três partes e nelas são encontrados seus respectivos desdobramentos. Cada subcapítulo traz a fundamentação teórica dos assuntos que são objeto do estudo.

2.1 SUSTENTABILIDADE

A palavra sustentabilidade é um derivativo da palavra sustentável que, etimologicamente, tem origem no latim *sustentare*, significando: sustentar, apoiar e conservar. De acordo com a *Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento* (CMMAD), sustentabilidade é: “[...] a capacidade de satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades” (CMMAD, 1988, p. 9). Seu conceito vem sendo relacionado à responsabilidade social, sendo esta definida como toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria de um contexto de respeito em relação à diversificação cultural com um comportamento ético, responsável e assertivo, com ações mediadas e comprometidas com a mentalidade daquilo que é ecologicamente correto e viável no âmbito econômico e socialmente justo (ASHLEY, 2006). Surge, então, o conceito de sustentabilidade socioambiental.

A necessidade de maior atenção em relação ao tema foi o debate lançado pelo Clube de Roma, em 1972 – com alerta para a finitude dos recursos planetários e a dependência desses mesmos recursos para o bem-estar da humanidade –, até os mais recentes debates internacionais, culminando em 2015, na ONU, com a aprovação da Agenda 2030: *Transformando Nosso Mundo*. Em resposta aos trabalhos do clube de Roma foi lançado o livro intitulado *Limites do Crescimento* (1978), com autoria de Dennis L. Meadows, Daniela Meadows e Jorgen Randers. Após trinta anos de sua publicação, a obra é atualizada e acrescida de novos dados e cenários para contribuir na conscientização da necessidade de que sejam tomadas decisões para a

transição para um mundo mais sustentável, sugerindo também o necessário debate sobre as ferramentas para enfrentar essa transição:

se as atuais [1972] tendências de crescimento da população mundial – industrialização, poluição, produção de alimentos e diminuição de recursos naturais – continuarem imutáveis, os limites do crescimento neste planeta serão alcançados algum dia dentro dos próximos cem anos. O resultado mais provável será um declínio súbito e incontrolável, tanto da população quanto da capacidade industrial. (MEADOWS *et al.*, 1973, p. 20)

No âmbito organizacional a sustentabilidade é uma ideia, hoje, amplamente difundida. Ela está relacionada a uma gestão com responsabilidade, transparência e metas empresariais de preservação e respeito aos elementos sociais e ambientais para que haja desenvolvimento econômico responsável, eficiente e de forma que a médio e longo prazo todos estejam se beneficiando de seus resultados:

Dada a magnificência dos desafios impostos pela sustentabilidade, as empresas estão sendo obrigadas a replanejar suas atividades sob esse novo paradigma. Nesse sentido, ações sustentáveis isoladas não são mais eficazes para responder a estas novas demandas. Tem-se que o panorama é complexo e exige ações de maior vulto, ou seja, aquelas associadas à estratégia empresarial, onde são considerados aspectos de maior impacto e longo prazo. (GOMES; ARAÚJO, 2014, p. 2)

Por conta dos movimentos que deram início às discussões acerca da temática da sustentabilidade foi necessário que se repensasse a maneira de acordo com a qual se administravam as empresas em geral. Dependendo da área de atuação as mudanças precisaram ser mais ou menos drásticas, entretanto, foi necessário que houvesse um esforço conjunto para que mudanças realmente significativas ocorressem e os danos causados ao meio ambiente e à sociedade como um todo fossem revertidos (idem, 2014).

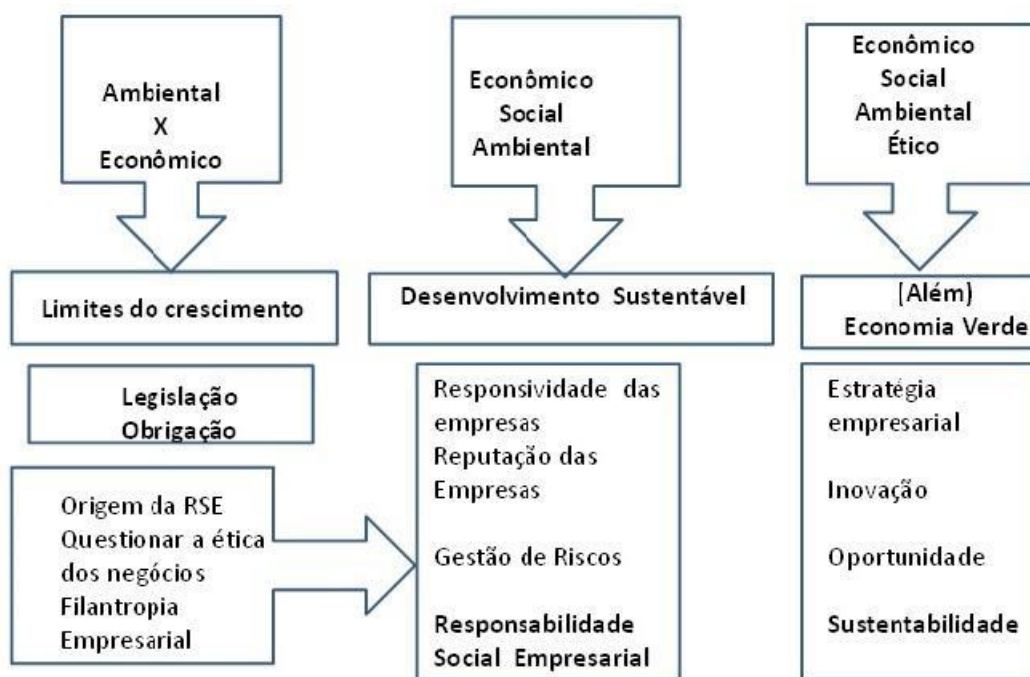
Incorporar no plano decisório o pensamento de longo prazo se tornou algo fundamental para que o mundo empresarial iniciasse as tomadas de decisão que levassem às mudanças necessárias. Tais decisões demandavam – e ainda demandam, uma vez que o processo de implementação do pensamento sustentável é algo em constante aprimoramento e evolução (ABREU, 2008) – uma linha de pensamento que levasse em conta vários fatores, como o meio

ambiente em si, a sociedade na qual a empresa estava inserida e como seria possível manter a economia funcional e produtiva dentro de um panorama que deveria necessariamente funcionar em conjunto. A atividade industrial do século XX foi a principal causadora da preocupação com a sustentabilidade, que a princípio tinha como foco apenas a questão do meio ambiente. Ela:

[...] chamou a atenção de diversos setores da sociedade e impôs uma série de restrições às cadeias produtivas. Tais restrições chegaram às empresas por meio de alterações legais ou na forma de escassez de matérias primas. Associado a isso, diversas crises e escândalos financeiros abalaram a confiança das pessoas nas empresas, principalmente nas grandes corporações. Dessa maneira, a partir da década de 1970 diversos movimentos de conscientização social e ambiental passaram a influenciar as empresas por meio dos seus *stakeholders*. (GOMES; ARAÚJO, 2014, p. 2)

O processo de difusão da sustentabilidade encontrou no passado – e ainda encontra – resistência por parte do mundo corporativo (AYRES, 2008; BARTELMUS, 2003). Os resultados a curto prazo de uma instituição estão ligados a medidas que nem sempre vão ao encontro dessa linha de pensamento. Entretanto, “[...] empresas ou indústrias que não forem capazes de se adaptar, poderão estar fadadas ao fracasso” (ELKINGTON apud ARAÚJO; GOMES, 2014, p. 3). Afirma-se que “[...] o mundo capitalista passa por um momento de destruição criativa, em que os atuais padrões de consumo serão suplantados” (HART apud ARAÚJO; GOMES, 2014, p. 3). Ainda que o pensamento sustentável tenha surgido há décadas ele continua necessário para que haja um constante trabalho de conscientização do mundo corporativo e da sociedade como um todo, sendo, então, possível dar continuidade a resultados que não comprometam de forma negativa o meio de onde tais resultados são obtidos. Na Figura 01 observamos um esquema que descreve a evolução entre o conceito de sustentabilidade e de responsabilidade social empresarial:

Figura 01 – Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial



Fonte: Instituto Ethos (2013).

Pensar sustentabilidade implica desenvolver meios efetivos de lidar com possíveis problemáticas advindas da relação da empresa com o meio ambiente a com a sociedade como um todo (BARTELMUS, 2003). Surgem, então, noções como a da *sustentabilidade estratégica* que

[...] está relacionado aos investimentos sociais e ambientais diretamente realizados no núcleo dos negócios de uma empresa. Dessa maneira, as organizações que conseguem integrar a sustentabilidade em suas estratégias, são mais aptas a aproveitar oportunidades e neutralizar ameaças decorrentes de demandas sociais e ambientais, garantindo assim, vantagem competitiva. (CLARO; CLARO, 2014, p. 293)

Fez-se necessário, então, desenvolver modelos de negócio que tivessem como concepção intrínseca o pensamento sustentável, que fizessem com que não fosse possível dissociar dele quaisquer planos de crescimento e desenvolvimento (LAYRARGUES, 1997; MEADOWS, 1972). Empresas bem-sucedidas e aptas a funcionar eficazmente a longo prazo adotam, então, este pensamento como centro de sua busca por resultados uma vez que, caso isso não fosse feito, eventuais necessidades e problemáticas ambientais ou sociais podiam ocasionar danos potencialmente fatais para gestões que estivessem

demasiadamente preocupadas apenas com o resultado final de seu trabalho (RODRIGUEZ; RICART; SANCHEZ, 2002).

O desempenho de uma empresa tem relação direta com seu pensamento sustentável. O modo como ela lida com estas questões é um ponto chave tanto para a ampliação ou diminuição do número de *stakeholders* e *shareholders*, como para seu “[...] desempenho econômico-financeiro no longo prazo” (CLARO; CLARO, 2014, p. 292).

2.2 O *TRIPLE BOTTOM LINE* DA SUSTENTABILIDADE

A concepção de sustentabilidade tem adquirido contornos variados desde que as empresas começaram a levá-la em conta para avaliar sua performance, nas décadas de 70 e 80 do século XX. Os primeiros debates que levantaram a necessidade de haver maior preocupação em relação a se pensar em conjunto as noções de desenvolvimento e de sustentabilidade ocorreram em 1972, na *Conferência de Estocolmo*. Neste momento a Organização das Nações Unidas auxiliou a criação de mais agências governamentais ao redor do mundo que tivessem como fim encontrar formas de fazer as nações continuarem a se desenvolver e, ao mesmo tempo, tornar isso algo condizente com a realidade social e ambiental (LEIS; D’AMATO, 1998).

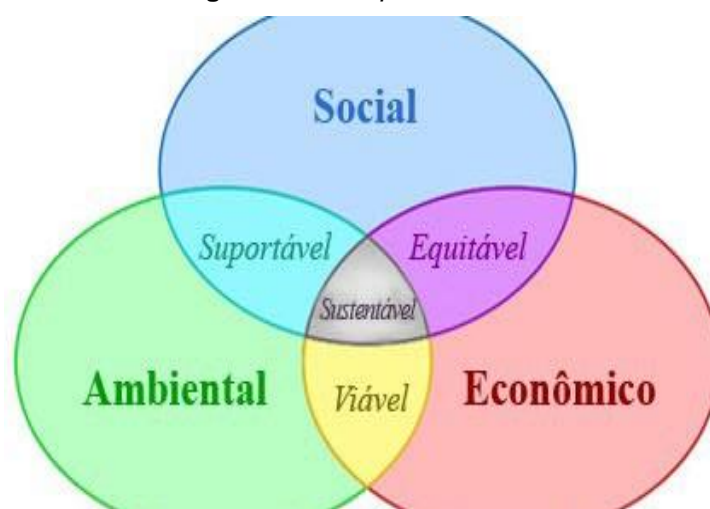
A noção de *desenvolvimento sustentável* tomou forma em 1987, por meio da *Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento* (JUNQUEIRA; MAIOR; PINHEIRO, 2011). O pensamento sustentável, que teve início a partir do momento em que aumentou a preocupação com o meio ambiente, foi motivado pelas ocorrentes mudanças climáticas e relatórios que mostravam que, caso não ocorressem mudanças na quantidade de emissão de poluentes e outros fatores de degradação ambiental, o planeta iria ser drasticamente alterado (DIAS, 2009; LEFF, 2011). Esse pensamento foi sendo lapidado até se reconhecer que a questão dos recursos e de como o ser humano lida com eles precisava ser pensada de forma mais ampla e complexa, tomando o próprio ser humano e a sociedade no qual ele existe e se desenvolve como centros de discussão. Eventualmente o ambientalismo foi complementado por conta de alguns fatores:

A sustentabilidade exige que se passe da gestão dos recursos para a gestão da própria humanidade. Se o objetivo é viver de uma maneira sustentável, deve-se assegurar que os produtos e processos da natureza sejam utilizados numa velocidade que permita sua regeneração. Apesar das tendências de destruição do sistema de suporte, a sociedade opera como se este sistema fosse apenas uma parte da economia. (BELLEN, 2004, p. 72)

Tem havido cada vez mais esforços, tanto governamentais quanto não-governamentais para que se encontre equilíbrio entre o desenvolvimento e a manutenção do meio ambiente. Surge, então, em 1994 o conceito de *triple bottom line*, ou, em português, o *tripé da sustentabilidade*, criado por John Elkington, cofundador da organização não governamental *SustainAbility*, que buscou expandir interesses organizacionais para além do objetivo exclusivamente econômico. Buscou-se também alcançar objetivos com foco em questões sociais e ambientais (DIAS, 2011).

Além da noção de meio ambiente, a ideia aqui coloca em foco três pilares principais sobre os quais a noção precisa se calcar para que seja possível que uma sociedade se desenvolva explorando os recursos disponíveis, respeitando o ser humano em toda sua complexidade e gerando o necessário para que a economia possa continuar a acontecer e se desenvolver de maneira efetiva (SAVITZ, 2013).

Figura 02 – O tripé da sustentabilidade



Fonte: Disponível em: <<http://sustentarte.org.br/novo/tripe-da-sustentabilidade/#.Wa2apsh95PY>>. Acesso em 6 de outubro de 2017.

Conforme se observa na Figura 02, cada pilar está em constante interação com os demais, um é necessário para que os outros possam existir e os três coexistem com eficiência apenas na medida em que se respeita cada um individualmente (PRIETO *et al.*, 2006). O primeiro pilar que observamos é o *social*, ligado à noção de capital humano: “[...] refere-se à capacidade do trabalho de proporcionar aos indivíduos um ganho que possa abranger aspectos como a saúde, bem-estar psicológico, treinamento e desenvolvimento” (LOURENÇO; CARVALHO, 2013, p. 23) e à necessidade de igualdade social. Leva-se em conta, aqui, o modo como uma instituição ou uma empresa lidam com o humano enquanto trabalhador. Avalia-se positivamente este ponto apenas enquanto houver tratamento justo e respeito aos direitos adquiridos ao longo da história. É necessário que haja a menor quantidade de riscos possíveis que ponham em risco a vida daqueles e daquelas que trabalham (BOSSEL, 1999). Em suma, uma empresa que se porte de acordo com o *tripé da sustentabilidade* não irá fazer uso de práticas moralmente questionáveis como a utilização de trabalho infantil ou o descumprimento da Constituição de um país.

Investir no elemento humano é sustentável uma vez que boas condições de trabalho possibilitam que o trabalhador produza de modo mais eficiente, somando à qualidade do que faz a longevidade no fazer (ELKINGTON, 1994). Alguns indicadores, para que seja possível perceber efetivamente a relevância de se trabalhar em prol da sustentabilidade social, são trazidos por Spanenberg e Bonniot (1998) e, entre eles, há elementos como estabilidade no emprego, práticas de segurança adotadas pelas instituições, a existência de pesquisa para o melhoramento das condições de trabalho, a presença de diversidade, a não-existência de comportamentos discriminatórios no ambiente de trabalho, a flexibilidade no trabalho, entre outros (SPANENBERG; BONNIOT, 1998; SEIFFERT, 2009).

O segundo pilar é o *ambiental*, que discute o *capital natural*, referência ao desenvolvimento pautado na coexistência da exploração de recursos e na capacidade de regeneração do meio a ser explorado (GOES, 2013). Uma empresa que leve em conta o *tripé* para obter avaliações positivas de suas práticas irá buscar sempre formas de diminuir seu impacto sobre o meio no qual está inserida. Uma das formas mais comuns de haver manutenção deste fator é o esforço empreendido pelas instituições para que haja menor desperdício

energético e de recursos dentro de seus estabelecimentos (OLIVEIRA FILHO, 2004). Esta prática é, hoje, amplamente difundida e seus resultados demonstram sua relevância.

O terceiro elemento deste *tripé* é o *econômico*, que faz referência direta aos resultados e ao lucro produzidos por uma empresa e como isso ocorre em relação aos outros dois elementos em questão. Não se trata aqui de simples acumulação de capital, mas de como tal acúmulo auxilia a sociedade na qual a instituição se encontra e como ela interage com seu meio (HOLLANDA, 2012). Em suma, os três pilares do *triple bottom line* existem para que se enfatize a noção de equilíbrio necessária para que haja desenvolvimento não apenas no curto prazo, mas algo que possa ser mantido indefinidamente:

A sustentabilidade é discutida como um estado em que três tipos de interesses (ou conflitos) sejam cumpridos (ou resolvidos), simultaneamente: (i) o interesse da geração atual em melhorar as suas reais condições de vida (sustentabilidade econômica); (ii) a busca de uma equalização das condições de vida entre ricos e pobres (sustentabilidade social); e (iii) os interesses das gerações futuras que não estão comprometidas pela satisfação das necessidades da geração atual (sustentabilidade ambiental). (HORBACH, 2005, apud SARTORI; LATRÔNICO; CAMPOS, 2014, p. 5)

Há outros modelos de sustentabilidade que têm no *triple bottom line* sua base conceitual, mas que propõem outros direcionamentos, em geral complementando o que foi até aqui apresentado: “Apesar das inúmeras definições, um aspecto comum a todas estas é o balanceamento da proteção ambiental com o desenvolvimento social e econômico” (CLARO; CLARO, 2014, p. 293). Acerca da noção de desenvolvimento, uma das várias esferas que precisa ser considerada quando pensamos em sustentabilidade, lemos que:

Desenvolvimento [...] é um processo de transformação que combina crescimento econômico com mudanças sociais e culturais, reconhecendo os limites físicos impostos pelos ecossistemas e fazendo com que as considerações ambientais sejam incorporadas em todos os setores e também na arena política. (idem, 2014, p. 293)

Desenvolvimento está, então, também integrado ao pensamento sustentável na medida em que a sustentabilidade é discutida enquanto ferramenta para provê-lo a curto, médio e longo prazo, de forma a não prejudicar

nenhuma das partes envolvidas nos processos de produção. Ainda em Claro e Claro (2014), discutem-se outros pontos relevantes para complementar a noção de *triple bottom line* de modo eficiente e mais específico:

[...] a dimensão ecológica, ou ambiental, pode ser dividida em três subdimensões. A primeira foca na ciência ambiental e inclui ecologia, diversidade do habitat e florestas. A segunda dimensão inclui qualidade do ar e da água (poluição), e a proteção da saúde humana por meio da redução de contaminação química e da poluição. A terceira subdimensão foca na conservação e na administração de recursos renováveis e não renováveis e pode ser chamada de sustentabilidade dos recursos. (idem, 2014, p. 294)

Cada uma das subdivisões em questão apresenta um grau específico de abrangência na sua atuação. A primeira é ampla e surge das primeiras discussões acerca do impacto que os mecanismos de produção causavam no meio ambiente e quando isso começou a ser percebido; trata dos ecossistemas e se apresenta como algo de considerável amplitude. Percebe-se que, assim como o *triple bottom line* é dividido em três partes, a primeira dessas partes, a ambiental, se divide em três partes que representam também as outras esferas da questão (ELKINGTON, 2014). A primeira subdivisão leva em conta o meio ambiente em toda sua amplitude. A segunda trata de algo mais próximo do ser humano, da qualidade da água, do ar e da saúde dos indivíduos como um todo, algo muito próxima da segunda esfera, que discute o impacto da produção sobre a sociedade e sobre os trabalhadores, considerando-se “[...] a compensação justa, as horas de trabalho razoáveis, o ambiente de trabalho seguro e saudável, a proibição de mão de obra infantil e de trabalho forçado, e o respeito aos direitos humanos” (CLARO; CLARO, 2014, p. 294). Da mesma forma, a terceira esfera vem ao encontro das preocupações corporativas e tem a ver com a utilização dos recursos, o que se aproxima da terceira esfera da concepção do *triple bottom line*, a econômica.

Observa-se a clara correlação entre o segundo e o terceiro aspecto e a existência de programas de educação financeira como o desenvolvido pela instituição financeira estudada. Para haver equilíbrio entre as três partes do conceito a conscientização sobre o elemento econômico em si é crucial (ELKINGTON, 2014; FAUZI; SVENSSON; RAHMAN, 2010). A questão da

utilização e gestão de recursos transcende a esfera de gestão dentro de uma empresa. É essencial que haja um constante trabalho de conscientização social, ambiental e econômica para que um bom andamento do pensamento sustentável ocorra. O gerenciamento de recursos deve ser pensado de forma ampla uma vez que, mesmo que eles existam em abundância, caso ocorra algum desnivelamento na forma como eles são utilizados, todo o sistema corre risco de entrar em colapso. Para Domingos (2014, p. 34) a educação financeira: “É mais do que cálculos e matemática, é sobre hábitos, costumes e comportamentos”. Logo, as subdivisões do primeiro aspecto da teoria em questão demonstram como todos os pontos estão interligados entre si e como não podem ser trabalhados de forma completamente separada em momento algum, já que são interdependentes.

Ainda, “[...] são definidas quatro diferentes estratégias de sustentabilidade: estratégia de redução da poluição, estratégia de gerenciamento do produto, estratégia de tecnologia limpa e estratégia de visão sustentável” (CLARO; CLARO, 2014, p. 294). Se tais estratégias forem trabalhadas em conjunto com o pensamento focado em dar conta de todas as dimensões que a teoria do *triple bottom line* propõe há menores riscos e mesmo custos, já que isso possibilita que os gestores tenham uma amplitude de visão estratégica que elimine o máximo possível de problemas relacionados a fatores que não podem ser desprezados quando do planejamento estratégico nas ações empresariais e corporativas.

As pesquisas envolvendo o *triple bottom line* oferecem contornos complementares à teoria. Autores como Claro e Claro (2014) questionam sua utilização e propõem estratégias e pensamentos que auxiliam seu desenvolvimento e utilização teórica e prática:

Esses modelos baseados no *triple bottom line* integram-se aos conceitos de responsabilidade social corporativa e de abordagem de *stakeholders*, em que se assume que as responsabilidades das empresas vão além daquelas legais, englobando questões econômicas, éticas e discricionárias. Além disso, amplia-se o leque em relação às partes que são influenciadas pelas ações de uma empresa. (idem, 2014, p. 294)

A questão da sustentabilidade implica também em gestões que ultrapassem a mentalidade que visa meramente seguir os aparatos legais dos

quais dependem e busquem real conscientização em relação a pensar de modo sustentável e se desenvolver assim. As empresas que buscam se concretizar enquanto eficazes produtoras de resultado devem buscar integração entre os vários fatores que compõem o desenvolvimento sustentável (ELKINGTON, 2014; FAUZI; SVENSSON; RAHMAN, 2010). Dessa forma seus resultados serão plenamente atingidos com a maior abrangência possível de relevância para o meio no qual estão inseridas, e isso deve ser feito de modo a não haver danos nem para o ambiente direta e indiretamente afetado por ela e nem para os trabalhadores dos quais depende.

2.3 POLÍTICAS DE SUSTENTABILIDADE

A necessidade de implementação de uma política de sustentabilidade clara e eficiente vem sendo cada vez mais explorada por empresas brasileiras. Criam-se tais políticas a partir de noções chave de gerenciamento sustentável, como a provinda da Nova Zelândia, que em seu *Resource Management Act*², o define como:

[...] *managing the use, development, and protection of natural and physical resources in a way, or at a rate, which enables people and communities to provide for their social, economic, and cultural wellbeing and for their health and safety.*³ (OTAGO, 2010, s.p)

Isso, somado às noções de sustentabilidade apresentadas até o momento, possibilita o desenvolvimento de ideias eficientes no desenvolvimento da política de sustentabilidade de uma empresa (MOLEN, 2015, s.p). Primeiramente, uma política de sustentabilidade é fundamental para que seja possível tornar uma empresa consciente de seu papel em relação à sustentabilidade. Esta política serve para nortear as tomadas de decisão pelos gestores sobre novos investimentos, contratações ou similares (CAGNA, 2015, s.p).

² Tradução livre: "Ato de gerenciamento de recursos".

³ Tradução livre: "[...] gerenciar o uso, o desenvolvimento e a proteção dos recursos naturais e físicos de modo a permitir que pessoas e comunidades possam gerar seu próprio bem-estar social, econômica e culturalmente, assim como zelar pela própria saúde e segurança".

É necessário que se avaliem os impactos em potencial para o ambiente no qual a empresa está inserida. Esta política também serve para reforçar para todos, gestores e funcionários em geral, que qualquer decisão deve levar em conta os potenciais riscos para o ambiente e a sociedade (idem, 2015, s.p). Além de implementada, ela também deve ser amplamente divulgada e conhecida por todos os que trabalham na empresa:

A política nada mais é do que uma 'declaração' da empresa dizendo a todos os interessados [...] como ela atua em relação aos temas ambientais e sociais e de como seus colaboradores devem se comportar perante esses temas. (idem, 2015, s.p)

Uma política de sustentabilidade age, então, como um conjunto de diretrizes que visa guiar as ações daqueles envolvidos no processo produtivo da empresa (MOLEN, 2015, s.p). Para desenvolver uma política de sustentabilidade uma empresa deve, primeiramente, ter a sustentabilidade em si como um princípio guia. E, para tanto, é necessário que se tomem algumas medidas específicas, como:

Criar uma visão e uma missão que levem em conta as questões socioambientais; conscientizar todos os colaboradores, fornecedores e clientes sobre essa nova estratégia; desenvolver e implantar as ações sociais e ambientais [...]; controlar se as ações estão saindo como o desejado [...]; mostrar para as pessoas o que seu empreendimento está fazendo. (idem, 2015, s.p)

Mais do que meramente escrever e desenvolver uma política também é preciso encontrar meios de fazer tal política se tornar de conhecimento comum, tanto para os funcionários da empresa como para o meio no qual ela está inserida. As diretrizes acima expostas evidenciam todo um percurso de planejamento que deve ser levado em conta para que se crie uma política de sustentabilidade eficiente e que não apresente falhas estruturais que possam eventualmente torná-la inviável.

Ainda de acordo com Cagna (2015), e discutindo mais especificamente a questão da implantação da política de sustentabilidade almejada, é necessário mapear as atividades desenvolvidas em cada setor da empresa, já que: "Elaborar um fluxo das atividades de cada área [...] possibilita a realização do próximo passo, onde são identificados os aspectos [...] ligados à sustentabilidade

(ambiental, sociocultural e econômica” (CAGNA, 2015, s.p). Este “pré-planejamento” possibilita um olhar amplo em relação à estrutura sobre a qual se pretende implantar esta política. Na sequência, é necessário identificar os aspectos do setor em questão que estão ligados à sustentabilidade, ou cujo funcionamento afete de algum modo sua implementação. Para tanto, identifica-se os aspectos da empresa que afetam o funcionamento sustentável da mesma e de que forma o pensamento sustentável afeta o andamento das atividades do empreendimento (CAGNA, 2015, s.p).

Após este processo de identificação de pontos centrais procede-se, então, à implantação da política de acordo com as atividades escolhidas como prioridade. Leva-se em conta, além dos objetivos da instituição financeira em questão para seu crescimento próprio, o impacto que suas ações causam no meio ambiente, bem como na sociedade local e, mais especificamente, no seu desenvolvimento econômico. A implantação de políticas de sustentabilidade, mesmo em outras áreas que não a financeira precisa ser pensada de forma ampla para que as tomadas de decisão por parte de gestores possam ser plena e eficazmente realizadas e não tragam consequências desastrosas para o futuro. Ainda, “Além da visão e missão, uma política de sustentabilidade completa deve conter também as diretrizes específicas para os temas ambiental, social, compras verdes e conduta contra a exploração sexual” (idem, 2015, s.p).

De acordo com o que for escolhido para ser implementado, deve-se então seguir alguns passos fundamentais para o bom encaminhamento da política: 1- Faz-se um mapa das atividades desenvolvidas em cada setor; 2- Identifica-se quais aspectos do meio financeiro estão ligados à sustentabilidade; 3- Identifica-se os aspectos e impactos de cada atividade desenvolvida no empreendimento; 4- Avalia-se a significância de aspectos e impactos identificados na etapa anterior; 5- Prossegue-se com a implantação das atividades escolhidas como prioridades. Ainda segundo Cagna (2015), para a:

ABNT e outras normas, certificações e boas práticas de sustentabilidade, uma política de sustentabilidade deve conter: - os requisitos legais e outros requisitos subscritos; - os requisitos financeiros, operacionais e comerciais; - seus aspectos ligados à sustentabilidade; - suas opções tecnológicas; - suas opções estratégicas e; - a visão das partes interessadas.

Ainda,

Os objetivos e metas de sustentabilidade devem ser compatíveis com a política de sustentabilidade e devem incluir, entre outros: emissões, efluentes e resíduos sólidos; conservação e gestão do uso da água; eficiência energética; seleção e uso de insumos; saúde e segurança dos clientes e dos trabalhadores; qualidade e satisfação do cliente; trabalho e renda; comunidades locais; aspectos culturais; áreas naturais, flora e fauna; e viabilidade econômica. A política ainda deve ser revisada em intervalos determinados (máximo de 2 anos). Na ocasião a empresa deve checar como estão os indicadores e se a política está adequada ao momento atual e, se necessário, fazer ressalvas.

A política de sustentabilidade vai apresentar variações consideráveis dependendo de que área empresarial estivermos tratando, porém, a ideia central se apresenta de forma similar e conciliar a existência da empresa com um mundo sustentável é sempre a questão principal. A política deve ser sempre concisa e objetiva, o que visa facilitar sua compreensão por todos que desejarem ter acesso a ela. Ela também deve sempre apresentar os objetivos que busca seguir, e, ainda, segundo Cagna (2015, s.p):

Deve citar as questões nos cinco âmbitos do negócio (gestão interna, gestão e desenvolvimento do produto, gestão dos fornecedores, relação com consumidores e com os destinos); ser apropriada ao “tamanho” dos impactos da empresa sobre o meio ambiente e a comunidade; deve incluir o comprometimento com a melhoria contínua; ter objetivos, honestos e realistas; incluir o cumprimento de leis e códigos de conduta; assegurar que os *stakeholders* tenham participação no projeto; e incluir um compromisso para incentivar a adoção da sustentabilidade por todos os *stakeholders*.

Há diversos passos a se considerar para que uma política de sustentabilidade seja eficientemente implantada e seguida por uma empresa. Após delimitarmos o que são essas políticas e quais são os primeiros passos a se levar em conta para implantá-las, apresentamos algumas das ferramentas mais comuns que são utilizadas para que elas saiam da teoria para a prática de forma completa e com o mínimo possível de falhas em sua execução. Dois exemplos disso são os relatórios de sustentabilidade e a ferramenta conhecida como GRI, ou *Global Reporting Initiative*:

Figura 03 – Logo do *Global Reporting Initiative*



Fonte: <https://ecohospedagem.com/como-fazer-e-para-que-servem-os-relatorios-de-sustentabilidade/>.

De acordo com Cagna (2015, s.p):

O *Global Reporting Initiative* é um conjunto de diretrizes que visa padronizar os relatórios de sustentabilidade, criando exigências para tentar deixar os relatórios o mais parecido possível, fornecendo um mínimo de informações, facilitando, assim, a leitura e entendimento por parte dos *stakeholders*. Graças a essa padronização a comparação entre os diferentes empreendimentos fica mais fácil.

O GRI foi desenvolvido em 1997 pela CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*⁴), e almejava unir sob o signo da sustentabilidade empresas de quaisquer locais que se interessassem por tal empreitada ao redor do globo (MOLEN, 2015, s.p). Desde então o número de empresas que têm aderido às normas de publicação de relatórios estabelecidas pelo GRI tem crescido exponencialmente (MADALENA; ROVER; FERREIRA; FERREIRA, 2016). Por conta da padronização oferecida esta é uma ferramenta fundamental para que seja possível entender como empresas de locais variados do globo vêm tratando a temática da sustentabilidade. Ele torna possível analisar dados de forma mais pragmática, uma vez que apresenta resultados claros e acessíveis e, conforme os anos passam, novas orientações são publicadas para facilitar o desenvolvimento destes relatórios: “*Most companies, which produced a sustainability report based its reporting to the greater or lesser extent to these guidelines.*”⁵ (MOLEN, 2015, s.p).

O GRI uniformiza o modo como os relatórios de sustentabilidade são apresentados, sendo estes a principal forma de divulgação e conhecimento

⁴ Em tradução dos autores: Coligação de Economias Responsáveis em relação ao Meio Ambiente.

⁵ Em tradução dos autores: “A maioria das empresas que produziu relatórios de sustentabilidade basearam seus dados, em maior ou menor grau, nestas orientações”.

sobre como as empresas estão, hoje, lidando com a temática da sustentabilidade. As empresas não são obrigadas a formatar seus relatórios de acordo com as sugestões do GRI (MOLEN, 2015, s.p), porém, as que o fazem desenvolvem maior credibilidade no mercado, uma vez que a ferramenta vem ganhando cada vez mais empresas adeptas ao longo dos anos. Os relatórios de sustentabilidade visam demonstrar seus progressos em relação à sustentabilidade:

Os relatórios de sustentabilidade são uma ferramenta para a empresa identificar o que está fazendo bem e o que está fazendo mal em relação ao desenvolvimento sustentável, além disso, esses relatórios servem para mostrar ao público interessado (*stakeholders*) as ações socioambientais do empreendimento. (CAGNA, 2015, s.p)

Não basta meramente publicar os relatórios, é necessário que a empresa realize melhoras em relação aos pontos de falha que apresenta e que continue a desenvolver as questões nas quais tem sido bem-sucedida. Para escrever um relatório de sustentabilidade deve haver, primeiramente, uma periodicidade regular e que deve ser seguida à risca para que a empresa demonstre seriedade dentro do que faz. Ele deve ser simples, conciso e deve evitar excesso de termos técnicos que comprometam a compreensão por parte de quem busca sua leitura (idem, 2015, s.p). É similar, neste aspecto, à elaboração em si das políticas de sustentabilidade dentro das empresas.

Para verificar a veracidade das informações contidas nos relatórios e do seguimento, ou não, por parte das empresas, de sua política de sustentabilidade há alguns mecanismos diversos. Em primeiro lugar temos o consumidor em si, que deve ficar constantemente alerta às informações fornecidas pelas empresas nas quais consome. É fundamental que haja constante atenção da sociedade como um todo para aspectos como o desenvolvimento sustentável, que afeta diretamente a todos, seja no curto ou no longo prazo. Em segundo lugar, há outros modos através dos quais as empresas são fiscalizadas, em geral são órgãos não governamentais que se organizam para que haja maior cooperação entre todos.

Observamos em nossas buscas, por exemplo, a existência do CBCS, ou *Conselho Brasileiro de Construção Sustentável*⁶, que se organiza para buscar fornecedores que cumpram a legislação brasileira e outras normas que os tornem adeptos do desenvolvimento sustentável. A missão, de acordo com o disponível em seu endereço eletrônico, do CBCS é:

Promover a melhoria da qualidade de vida da população brasileira e a preservação de seu patrimônio natural, pelo desenvolvimento e implementação de conceitos e práticas mais sustentáveis e que contemplem as dimensões social, econômica e ambiental da cadeia produtiva da indústria da construção civil.

Logo, uma das estratégias do CBCS para alcançar a sustentabilidade almejada é a elaboração de normas que devem ser seguidas pelas empresas que buscam ser fornecedoras de produtos para a construção civil. Como exemplo de uma das exigências das normas mencionadas temos que: “Nenhuma atividade industrial pode operar legalmente sem licença ambiental, concedida pelo órgão ambiental estadual” (CBCS, 2013, s.p), e ainda: “Outro pronto que deve ser avaliado é o local de origem do produto e a distância do transporte. O transporte determina o consumo de combustíveis fósseis. Impacto a ser minimizado pelas empresas [...]” (idem, 2013, s.p). Então, por meio de medidas como estas e de constante vigilância da sociedade é que as políticas de sustentabilidade das empresas saem do papel para se tornarem, ou não, prática efetiva e que traz benefícios tanto para si mesmas quanto para o meio no qual estão inseridas.

2.4 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A expansão do crédito tem proporcionado acesso a bens e serviços, gerando um ciclo de desenvolvimento e crescimento para o país. Paralelamente a isso, em decorrência das dificuldades na manutenção e geração de emprego e renda que os países vivenciam em razão dos efeitos da instabilidade política que acaba sendo refletida no cenário econômico, vem a ampliação dos índices de endividamento das famílias. Isso gera grandes dificuldades para a sociedade e para o mercado em si ocasionando inadimplência com consequências trágicas

⁶ Maiores informações em: <http://www.cbcs.org.br/website/>.

para a economia de um local (KIYOSAKI; LECHTER, 2000). Nesse contexto surge a necessidade de uma nova forma de educação para que as pessoas passem a lidar com dinheiro de forma mais consciente, equilibrada, planejada e produtiva na aquisição de seus objetivos e melhor condução sobre os rumos de sua vida. Esta educação também visa à obtenção de níveis saudáveis de endividamento e de poupança no sentido de incrementar a prosperidade socioeconômica (DOMINGOS, 2010).

Percebe-se como a lógica por trás de tal necessidade vai ao encontro do pensamento sustentável das instituições (STEPHANI, 2005; RESENDE, 2013). É notável como o comportamento individual está atrelado ao desenvolvimento comunitário e social ou ao seu retrocesso e como tal processo é formado por várias partes. A Educação Financeira é uma dessas partes, e ela auxilia o desenvolvimento das demais:

Cada indivíduo participante do processo de formação do ser humano tem uma parte de responsabilidade nesse processo de mudança pelo qual a educação passa. A Educação Financeira vem ser um elo entre várias áreas do conhecimento, no sentido de fazer com que trabalhem juntas e formem na epistemologia do aluno conceitos capazes de instrumentalizá-lo para a construção de sua autonomia. (STEPHANI, 2005, p. 12)

Os comportamentos coletivos afetam o modo como o sujeito lida com todas as áreas de sua vida, e o aspecto que tomamos como foco na presente pesquisa é o aspecto econômico: o bem-estar econômico do cidadão se reflete no bem-estar do plano econômico de uma sociedade inteira (MOWEN; MINOR, 2004). Entre outras razões que são citadas e discutidas ao longo do trabalho está a questão de que os cidadãos contemporâneos tendem a alterar seus comportamentos de acordo com vários padrões que ele percebe ao seu redor. Ao buscar na sociologia esclarecimentos relativos às razões para tais padrões comportamentais, lemos:

[...] o *habitus*, princípio gerador de todas as práticas, reside no gosto individual, mas acaba por se assemelhar entre todos os membros de uma mesma classe: o *habitus* define, portanto, os estilos de vida das classes sociais. Para o sociólogo, é possível identificar então uma repetição nos padrões de escolha dos indivíduos: cada esfera do estilo de vida – uma prática social, um objeto consumido, ou uma propriedade – é representante quase sempre também outra esfera. No limite, pertencer a um grupo

significaria excluir tudo o que pertence a outro grupo, e o conjunto de escolhas, que definem o estilo de vida, passa a ser similar a toda uma classe. (BORDIEU apud GAMBARO, 2012, p. 20)

Isso ocorre em níveis mais amplos de efeito, como na mídia, ou por conta fatores mais próximos do indivíduo como vizinhos ou amigos. Os padrões de consumo apresentam características em comum que são adotadas pelos cidadãos em geral, e podem ser facilmente notados quando há mudanças drásticas no ambiente e no seu contexto: como a entrada do país em um ciclo de crise, vide os últimos anos de Brasil, ou um ciclo de prosperidade econômica. Eles vão além da simples necessidade pessoal e, por meio deles, percebemos como a sociedade e as classes sociais adquirem seus contornos mais específicos. Tomando como base ainda o estudo de Gambaro (2012), que tem como referencial nomes consagrados da sociologia como Bordieu – que deu origem ao citado anteriormente –, Baudrillard e Bauman, lemos que “O valor de troca supera a simples necessidade, o valor de uso, fornecendo a possibilidade de distinção social de uma ideologia a ela ligada” (BAUMAN; BAUDRILLARD apud GAMBARO, 2012, p. 22). Logo, os padrões de consumo e as problemáticas dele advinda (como um cidadão que acaba endividado por ter seu crédito excessivamente estimulado) são abrandados em uma sociedade que não se preocupa em fazer seus componentes refletirem mais sobre o que adquirem e consomem.

Há fatores mais diretos de controle de consumo, como o aumento ou diminuição de ganhos advindos do trabalho que deveriam controlá-lo ou limitá-lo, mas por questões como a expansão intensa do crédito, isso não tem ocorrido, demissão ou a promoção para um novo cargo; e há outros que agem de forma mais indireta, como uma reportagem na televisão que menciona que o consumo de algum produto cresce de forma considerável, ou que um serviço está tendo prejuízos em função de determinados fatores: “Utilizando-se de manobras estratégicas, a mídia, na maioria das vezes, não dialoga, mas sim direciona sua mensagem para o interlocutor, fazendo com que um grande contingente de pessoas aviste o mundo por suas lentes, seus vieses” (SILVA; SANTOS, p. 1).

A educação financeira combate essa influência, de fazer com que o que vem da mídia tenha caráter mais informativo e menos manipulativo. As crianças

e jovens são um público muito visado pelo apelo midiático publicitário, e isso se dá pois é mais fácil atingi-los, uma vez que, ao menos teoricamente, cidadãos adultos são mais críticos e difíceis de convencer do que indivíduos mais novos:

Desde cedo, [crianças e adolescentes] são “bombardeadas” pelos meios de comunicação de massa por mensagens dizendo o que devem consumir. E, em muitas famílias, elas influenciam as decisões de consumo dos adultos [...]. Essa reflexão é bastante pertinente, visto que num estudo realizado por Sereda et al. em 2008, as autoras analisaram propagandas destinadas ao público infantil e concluíram que algumas delas evidenciaram o desenvolvimento precoce para a vida adulta, com estímulos à vaidade, ao glamour, ao culto ao corpo e à aparência, para que dessa forma, as crianças pudessem ser inseridas e aceitas pela sociedade. (RESENDE, 2013, p. 65)

Segundo essa visão de mercado – que tem no consumo seu meio e seu fim, não levando em conta as possíveis consequências de ser super estimulado –, o ser humano apenas tem valor enquanto consome. Isso o afeta desde o que é difundido na grande mídia até como os seres humanos ao seu redor se comportam. Estes mecanismos, e seus universos em nível macro e micro, existem em confluência: um afeta o funcionamento do outro a todo tempo. Educar o cidadão financeiramente é fazê-lo perceber esse tipo de funcionamento social, dotando-o de artifícios para se tornar mais livre e tomar decisões mais inteligentes e que signifiquem ganhos reais para sua vida (RESENDE, 2013). Perdas salariais, por exemplo, – ou variações negativas de renda em geral, são, se os tomarmos como padrões, consequências de uma série de fatores que, como em uma reação em cadeia, podem se iniciar de forma bastante branda, mas se desenvolver catastroficamente em termos de economia pessoal, local e nacional:

Uma discussão nascente sobre vulnerabilidade do consumidor destaca como características principais a pouca experiência com a contratação do crédito e uma tendência à fragilização de sua condição financeira devido a dívidas adquiridas e a capacidade de saldá-las. Os dados observados para o Brasil quanto à contratação de crédito, comprometimento de renda e inadimplência chamam a atenção para a população de baixa renda e mostram como ela se enquadra no conceito de vulnerabilidade do consumidor. (SBICCA; FLORIANI; JUK, 2012, p. 14)

Lançamos mão, ainda, de outra justificativa para que a educação financeira seja um tópico mais enfático nas empresas e sociedade em geral: aqueles que têm mais acesso à educação em geral e à educação financeira em específico desenvolvem maior poder de decisão para tomar as próprias decisões baseadas em raciocínio próprio e não em especulação ou manipulação de interesses, seja por quem for (CNC, 2012; GPO, 2009). A partir disso o cidadão brasileiro contemporâneo pode deixar de ser tão dependente de mãos invisíveis de forma que o acesso à educação financeira guie decisões mais assertivas em relação às suas finanças e vai começar a evitar equívocos básicos nesse sentido.

Para compreender de forma mais aprofundada o significado de educação financeira, vale a análise de cada um dos vocábulos que compõem o termo. O primeiro deles, educação, pode ser entendido como (HOUAISS apud SANTANA, 2014, p. 21):

[...] ação de desenvolver as faculdades psíquicas, intelectuais e morais: a educação da juventude; resultado desta ação, conhecimento e prática dos hábitos sociais; boas maneiras. A palavra Educação deriva-se do latim *educare*, no sentido formal, é todo o processo contínuo de formação e ensino-aprendizagem que faz parte do currículo dos estabelecimentos de ensino, sejam públicos, sejam privados.

Já finanças (LUCCI *et al.*, 2006, p. 4):

[...] refere-se às atividades relacionadas ao dinheiro na vida cotidiana das pessoas, assim como àquelas que dizem respeito ao controle do orçamento, utilização de cartões de crédito, cheques e decisão de investimento.

Em consonância com as definições supracitadas lemos em Gallery *et al.* (2011, p. 288), que educação financeira é “[...] a capacidade de fazer julgamentos inteligentes e decisões eficazes em relação ao uso e gestão do dinheiro”. Isso é moldado por uma série complexa de fatores objetivos e subjetivos, como o controle habitual de despesas, gestão de recursos pessoais, boa utilização de crédito e outros (CNC, 2012; GPO, 2009).

Atualmente há diversos programas de educação financeira sendo desenvolvidos por empresas, centros de ensino, escolas e mesmo em universidades (PETER; PALMEIRA, 2013; DSOP, 2014) além de diversas fontes

online (VIDA E DINHEIRO, 2014) que auxiliam na compreensão dos mecanismos de gestão pessoal de recursos:

Programas de educação financeira para empresas não se resumem a palestra de finanças pessoais ou cursos de investimentos, isso aplicado de forma isolada não tem tido bons resultados, no máximo atinge 10% dos colaboradores. Educação financeira deve ser tratada como responsabilidade social na empresa, assim a preocupação é de todos e deverá ser inserida como conceito para ser levado a todos os colaboradores e seus familiares, de forma consolidada. (DOMINGOS, 2010, p. 34)

O significado da implementação de tais programas é cada vez mais difundido de forma ampla e levando em considerações a ampla gama de fatores que o justificam, conforme as percepções se desenvolvem sobre o que é mais efetivo em termos de sua aplicação na sociedade (AMADEU, 2009). Como exemplo de programa de educação financeira no Brasil há o *Programa de Educação Financeira do Banco Central*, órgão governamental que nos apresenta uma conceituação bastante objetiva e concisa de educação financeira, segundo seus propósitos e embasamentos:

A Educação Financeira é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e produtos financeiros. Com informação, formação e orientação claras, as pessoas adquirem os valores e as competências necessários para se tornarem conscientes das oportunidades e dos riscos a elas associados e, então, fazerem escolhas bem embasadas, sabendo onde procurar ajuda e adotando outras ações que melhorem seu bem-estar. Assim, a Educação Financeira é um processo que contribui, de modo consistente, para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro. (BBC, s/d)

Este programa trabalha com seus próprios mecanismos de desenvolvimento da consciência financeira na população “[...] visando criar condições para que os indivíduos e a sociedade brasileira possam administrar seus recursos financeiros de maneira consciente” (idem, s/d). Outro exemplo é o executado pela *Associação de Educação Financeira do Brasil* (AEF – Brasil), denominado *Programa de Educação Financeira nas Escolas*, uma plataforma online disponibilizada para professores, escolas e organizações da sociedade civil ligadas à educação. Este programa é focado no desenvolvimento dos alunos da educação básica, como um investimento de base para o futuro:

O Programa de Educação Financeira nas Escolas é uma ação que faz parte da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) instituída pelo Decreto nº 7,397, de 22 de dezembro de 2010. O Programa tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento da cultura de planejamento, prevenção, poupança, investimento e consumo consciente. (BRASIL, 2014, s.p)

Essa iniciativa está ligada ao Ministério da Educação, constituindo-se como outra frente de organização encabeçada pelo governo federal. Foi desenvolvida em articulação com o currículo para Educação Básica. Tais exemplos demonstram como é essencial que o brasileiro desenvolva consciência sobre a utilização de seus recursos.

2.5 A INSTITUIÇÃO FINANCEIRA PESQUISADA E A SOCIEDADE

Desde 2012 a instituição estudada se propôs a articular diálogo com a sociedade e disseminar a educação financeira através de uma abordagem simples, próxima e transparente sobre crédito e investimento. Nessa iniciativa foi lançando um site em que são abordados temas como o equilíbrio entre consumir e poupar; como sair do vermelho; e como falar do tema em família e com os filhos, entre outros. Foram lançadas, também, novas versões de guias práticos com informações, sugestões e estratégias.

Ocorreu o lançamento de um livro infantil para as crianças aprenderem a ter uma relação saudável com o dinheiro e, para os jovens e universitários, foi lançada uma série de 16 vídeos com dicas de consultores cujo conteúdo foi estruturado a partir de comentários enviados por 26 mil jovens em página da instituição criada para esse fim. Dessa forma, além do trabalho efetivo de educação financeira como algo amplo, a instituição tem se preocupado em dividir seus esforços entre os diferentes públicos-alvo de suas ações, o que torna seus resultados mais palpáveis e condizentes com a realidade social.

Por isso, elas buscam aproximar as informações financeiras e não financeiras, utilizando os relatórios como uma das maneiras de tornar a organização cada vez mais transparente e apresentar como a empresa tem contribuído com seus colaboradores, clientes e sociedade em geral. Com a emissão dos relatórios ela busca ajudar os governos e a sociedade civil a

acessar e monitorar a contribuição das organizações para o desenvolvimento sustentável.

3 METODOLOGIA

Apresenta-se a seguir a metodologia a ser utilizada para o desenvolvimento da presente investigação. Essa metodologia é coerente com o problema de pesquisa formulado, com os objetivos geral e específicos, e com o quadro de referência conceitual estabelecido na fundamentação teórico-empírica.

3.1 ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA

Este estudo parte da suposição de que um programa de educação financeira contribui para a política de sustentabilidade de uma instituição financeira. A partir dessa suposição, apresentam-se então as perguntas de pesquisa.

3.1.1 Perguntas de pesquisa

A pesquisa busca responder as seguintes perguntas:

- A) Quais as principais características do programa de educação financeira da instituição financeira estudada?
- B) Quais as principais características e resultados da política de sustentabilidade da Instituição Financeira estudada?
- C) Qual a relação entre o programa de educação financeira e os resultados da política de sustentabilidade da instituição financeira?

3.1.2 Definição Constitutiva (DC) das Categorias Analíticas e seus respectivos elementos de análise

Aqui apresentamos as categorias analíticas que irão compor a pesquisa em questão. Buscamos elaborar suas definições constitutivas e operacionais:

constitutiva busca apresentar a categoria conceitualmente, já a definição operacional apresenta como se observa e se analisam as categorias em questão (KERLINGER, 1980, p. 143).

Educação Financeira

DC: “A Educação Financeira é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e produtos financeiros” (BBC, s/d). A educação financeira será analisada a partir das premissas e ações do programa de educação financeira desenvolvido pela instituição financeira estudada. Além disso, essa categoria analítica será analisada por meio de entrevistas em profundidade com colaboradores que passaram pelo programa, bem como gestores diretamente envolvidos no desenvolvimento e aplicação do mesmo.

DO: a educação financeira foi analisada por meio de documentos da instituição disponibilizados nas suas páginas online e por meio das entrevistas realizadas com os gestores da instituição.

Políticas de Sustentabilidade

DC: é a capacidade de satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades” (CMMAD, 1988, p. 9).

DO: a sustentabilidade foi analisada por meio dos documentos referentes à política de sustentabilidade da instituição financeira estudada e por meio das entrevistas realizadas. Essa análise tomou como referência os elementos do *triple bottom line*.

3.1.3 Definição de Termos Relevantes

Triple Bottom Line

DC: Além da noção de meio ambiente, o *triple bottom line* coloca em foco três pilares principais: *meio ambiente, sociedade, economia*; sobre os quais a noção precisa se calcar para que seja possível que uma sociedade se desenvolva

explorando os recursos disponíveis, respeitando o ser humano em toda sua complexidade e gerando o necessário para que a economia possa continuar a acontecer de maneira efetiva e contínua (SAVITZ, 2013).

3.2 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa que se propõe realizar tem abordagem descritivo-analítica e predominantemente qualitativa. Diante do objetivo apresentado, acredita-se que a pesquisa qualitativa possa contribuir para responder às perguntas de pesquisa propostas. Segundo Richardson (1989) essa abordagem torna possível apreender a complexidade de determinado fenômeno, e contribui para a análise da interação das categorias analíticas. Tal procedimento permite também a compreensão e a classificação dos processos dinâmicos por que passam as organizações e suas particularidades, como é o caso da instituição financeira estudada.

Como já informado, a pesquisa classifica-se, também, como descritivo-analítica pois, ao tempo que visa observar, identificar e descrever o fenômeno estudado (BARROS; LEHFELD, 2007), busca também estabelecer relações cuja apreensão dependem da capacidade analítica do pesquisador sobre os dados qualitativos coletados. Quanto à sua temporalidade, a pesquisa é longitudinal com corte transversal, com coleta de dados abrangendo o período entre fevereiro de 2017 e fevereiro de 2018.

Nossas análises foram feitas a partir da análise do referencial teórico levantado no início da pesquisa, com base em leituras e fichamentos das obras selecionadas. Entre essas obras há livros, artigos científicos, monografias e dissertações com pesquisas de áreas similares e afins. Com essa base nós delimitamos os objetivos gerais e específicos da pesquisa. Após esse levantamento inicial nós procedemos à elaboração dos questionários de pesquisa que foram aplicados em entrevistas com alguns gestores da instituição pesquisada. Após isso analisamos os dados tendo sempre em mente o referencial teórico de onde tiramos nossa base teórica de pesquisa.

4 ANÁLISES DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Neste capítulo apresentamos a descrição do caso em questão, bem como as análises e seus resultados, de acordo com o referencial teórico até agora levantado e que está detalhado na seção de referências bibliográficas. A instituição financeira da qual extraímos os dados que analisamos tem quase cem anos de existência e hoje se apresenta como uma das maiores empresas do ramo no mundo. Ela passou por inúmeras mudanças nas suas configurações ao longo dos seus anos de atuação em território brasileiro. Sua relação com a educação financeira e a sustentabilidade é de longa data. Em seu endereço eletrônico encontramos informações sobre sua história e sobre como ela não tem como não estar atrelada à história do local no qual se desenvolve: a sociedade brasileira. Entre seus documentos encontramos um apanhado da história recente da economia no Brasil, o período entre 1960 e 1994, no qual o brasileiro precisou conviver com uma inflação altíssima e um cenário de grande instabilidade econômica.

4.1 BREVE APRESENTAÇÃO DO CAMPO

O campo de estudo sob o qual nos debruçamos se apresenta como uma das facetas do funcionamento da sustentabilidade na instituição financeira, objeto desse estudo, por conta da evolução da inadimplência e com foco em contribuir para uma maior educação voltada para a questão financeira de seus colaboradores, clientes e demais membros da sociedade. Busca-se, por meio do programa de educação financeira apresentado pela instituição em questão, oferecer conhecimento e conscientização para o estabelecimento de uma relação saudável com o dinheiro.

A instituição busca disseminar o conteúdo desse programa com a sociedade, a começar com os seus quase 100 mil colaboradores, uma vez que eles lidam com dinheiro no mesmo nível de acertos, dúvidas e dificuldades como todos os demais membros da sociedade. Além disso, eles refletem os problemas

que costumam estar relacionados ao desequilíbrio financeiro, como estresse e impactos sobre a carreira, a família e relacionamentos (SCHWERINER, 2006).

O programa de educação financeira da instituição foi criado para colaboradores, a fim de promover uma experiência positiva e conscientizá-los sobre a importância do tema e contribuir com a melhoria da vida dessas pessoas, bem como estimulá-las, pensando na possibilidade de que elas possam transmitir esses conhecimentos para os clientes e que estes, por sua vez, sejam multiplicadores do conhecimento. Esse programa tem iniciativas em frentes de comunicação, educação, voluntariado, políticas, atendimento ao colaborador, avaliações de impacto e monitoradores de indicadores.

A educação financeira para clientes é abordada por meio das estratégias de negócios, produtos e serviços, oferecendo conhecimento, assertividade e soluções financeiras adequadas para cada objetivo. Ao levar em conta a relação entre o que busca, seu âmbito econômico, e o meio em que se insere, em seu âmbito social, e considerando o ser humano enquanto fundamento principal de seus objetivos, a instituição se mostra inserida no modelo de avaliação denominado *triple bottom line* (ELKINGTON, 1994).

Ao estudar e analisar a Política de Sustentabilidade da instituição, inicialmente nos deparamos com um arquivo de quatro páginas, o que é coerente com a ideia de que é necessário apresentar à sociedade algo sucinto e objetivo. Há quatro princípios que norteiam as ações da instituição. Eles são apresentados ao longo do texto e são definidos ao final, no glossário. São eles:

Princípio da Proporcionalidade: a compatibilidade das ações socioambientais adotadas com a natureza da instituição e com a complexidade das suas atividades, produtos e serviços [...].

Princípio da Relevância: o grau de exposição ao risco socioambiental das atividades e das operações [da instituição].

Princípio da Eficiência: relação entre os resultados obtidos e os recursos empregados. É reduzir custos, aumentar receitas, agilizar processos e ter mais qualidade nas nossas entregas e no atendimento aos nossos clientes.

Partes interessadas: são todos os indivíduos, grupos de indivíduos ou organizações que afetam ou podem ser afetados pelas atividades da organização, destacadamente os clientes e

usuários de produtos e serviços, colaboradores, fornecedores, investidores, governo e comunidade.⁷

Percebemos que os quatro princípios em questão complementam um ao outro, uma vez que é necessário pensar no impacto socioambiental das ações tomadas pela instituição em relação à sua relevância para com o meio no qual está inserida. O Princípio da Eficiência, por exemplo, precisa levar antes em consideração as Partes Interessadas para que exista em equilíbrio com estas. Ao tratar das Partes Interessadas, entretanto, ainda que haja menção ao elemento “comunidade”, deveria haver maior ênfase à questão do “meio ambiente” em si, que também é uma das Partes Interessadas nas tomadas de decisão da instituição.

O arquivo do qual tiramos as informações que discutimos aqui recebe a seguinte denominação *Política de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental*. Logo na introdução há menção a dois conceitos: 1- *performance sustentável*; e 2- *satisfação dos clientes*. O primeiro é definido da seguinte forma: “Para nós, performance sustentável é gerar valor compartilhado para colaboradores, clientes, fornecedores, acionistas e sociedade, garantindo a perenidade dos negócios”, já o segundo: “[...] é a percepção do cliente em relação ao atendimento dos requisitos esperados por ele na prestação de um serviço”. Almeja-se, segundo o documento, “[...] ser o líder [...]” nestas duas áreas.

A instituição menciona a geração de resultados financeiros para seus acionistas, mas faz uma ressalva segundo a qual “[...] nosso objetivo vai além dos resultados financeiros. Também buscamos gerar valor compartilhado, pelo qual pautamos nossas ações [...]”. Percebemos um trabalho constante de afirmar a necessidade de resultados, o que interessa aos *stakeholders*, e buscar equilibrar tais resultados proporcionalmente com o desenvolvimento sustentável no meio no qual a instituição se insere.

Pensando em seus *stakeholders* e em seus *shareholders* a empresa enfatiza a necessidade de clareza na definição de seus objetivos e no trato para com a sociedade como um todo. Há, e isso é visto com mais ênfase no *relatório*

⁷ Não haverá referências em citações que forem tiradas dos arquivos da instituição em questão visando a preservar sua identificação.

de sustentabilidade da instituição, uma busca pelo “Engajamento dos *stakeholders*”. Este relatório é denominado como *Relatório Anual Consolidado* e traz informações muito mais detalhadas do que vemos na política de sustentabilidade, o que é coerente, já que no relatório são definidos dados mais específicos e se trabalha mais extensamente com números.

O engajamento dos *stakeholders* é algo buscado pela instituição e incentivado por mecanismos como o já mencionado GRI. A *global reporting initiative* tem na sua relação com o que chama de *Organizational Stakeholders* um de seus principais pilares (GRI, 2015, p. 1). Isso ocorre pois há a junção de duas partes fundamentais de interesse que quando se encontram tornam o desenvolvimento sustentável algo mais palpável e realista, pois são levados em conta tanto os resultados almejados, se levamos em conta que acionistas buscam resultados econômicos mais imediatos e com os menores riscos possíveis, quanto as ações sustentáveis. Segundo o GRI (2015, p. 2):

*Organizational stakeholders put their name to GRI's mission, they inspire greater corporate transparency and accountability, and play a vital role in making sustainability reporting standard practice. I invite you to join GRI's network of core supporters.*⁸

Logo, buscar o engajamento de seus acionistas é uma estratégia fundamental para que a instituição ganhe maior credibilidade para com um mecanismo tão importante quanto é a *Global Reporting Initiative*. Além disso, os *Organizational Stakeholders* contribuem financeiramente para a manutenção da GRI.

Buscar o engajamento dos seus acionistas está no relatório anual da instituição em questão como um de seus principais focos estratégicos para adquirir maior transparência para com o mercado. Lemos que

Acreditamos que, por meio do compartilhamento de práticas, resultados e conhecimento, e também da promoção de diálogo com diferentes audiências, podemos inspirar iniciativas e impulsionar transformações na sociedade e em nossos negócios. Os stakeholders prioritários são os públicos da Espiral de Performance Sustentável: colaboradores, clientes, acionistas e sociedade. Para cada grupo de stakeholder, temos iniciativas

⁸ Em tradução dos autores: Acionistas organizacionais colocam seus nomes na missão do GRI, eles inspiram maior transparência e responsabilidade corporativa e têm um papel vital em tornar a divulgação de princípios sustentáveis uma prática padrão.

específicas que serão exploradas nos próximos capítulos. Buscamos também manter o diálogo com os diversos setores da sociedade, antecipando tendências e desenvolvendo uma agenda positiva.

Voltando à política de sustentabilidade, observamos na sequência que a instituição firma três objetivos segundo os quais desenvolve suas diretrizes, o primeiro deles é “[...] ratificar o compromisso com a busca pelo desenvolvimento sustentável” e isso aparecer como o primeiro dos três objetivos denota possivelmente a ênfase destinada ao fator em questão, o que é sustentado pelos dados apresentados no *Relatório Anual Consolidado*. Por exemplo, observamos no relatório a preocupação em expor dados relativos ao número de empregos gerados e ao funcionamento do processo de concessão de crédito, com detalhes relativos ao início, ao meio e ao fim de tal processo.

Analisar a política de sustentabilidade lado a lado com o relatório anual consolidado é considerado algo fundamental, uma vez que na política não encontramos dados muito detalhados a respeito das ações praticadas, o que é coerente com o modelo de elaboração de políticas de sustentabilidade acima comentado, que deve ser conciso e objetivo, facilitando sua compreensão. A estratégia de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental da instituição é comentada na sequência, e se apresenta sob três focos estratégicos, sendo eles: 1- riscos e oportunidades socioambientais; 2- educação financeira e; 3- diálogo e transparência. Sobre o tratamento dispensado à educação financeira, lemos uma pertinente síntese da razão pela qual ela se faz necessária:

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, ou seja, realizando escolhas mais conscientes e planejadas, adequando às suas necessidades e situação financeira.

Verifica-se que a política de sustentabilidade da instituição escolhida para ser foco de nossa pesquisa se enquadra nos critérios estabelecidos na seção anterior, uma vez que não é demasiadamente longa, mas também não é curta demais, o que acabaria por limitar sua capacidade de informar. Ela se apresenta de forma concisa e direta e não se alonga demais nos conceitos que busca esclarecer, como os princípios que a regem, em seu glossário. Ela também cita

pontualmente as normas e resoluções que obedece, descreve a importância dispensada às partes interessadas, e nos momentos em que poderia haver maiores descrições de informações ela lista os locais nos quais é possível obter tais informações.

4.2 ANÁLISES E RESULTADOS

O Plano Real foi um grande auxílio na superação das dificuldades econômicas vividas à época. Com ele foi possível aumentar a oferta de crédito ao consumidor, além do desenvolvimento de novos produtos bancários, o que mudou significativamente o padrão de consumo do cidadão brasileiro. Entretanto, a alta oferta de crédito foi um dos fatores que acabou, com o passar dos anos, por gerar grandes taxas de endividamento das famílias no Brasil:

Se, na última década, o papel da expansão do crédito foi fundamental para sustentar o aumento do consumo das famílias, para o futuro, suscita-se a questão de que um esgotamento desse processo impediria uma retomada desse crescimento. Tal diagnóstico pressupõe a análise de quais condições devem ser trabalhadas e alteradas, a fim de reduzir o comprometimento da renda das famílias e, assim, permitir o impulso via utilização do crédito em uma nova expansão da demanda. (PAIM, 2015, p. 15)

De acordo com o autor, isso ocorreu aliado às altas taxas de juros praticadas por aqui e aos preços exagerados de serviços e produtos. Ainda: “Entre 2006 e 2010, mais de 36 milhões de pessoas migraram para a classe C, criando novo contingente de consumidores”. O acesso de novos consumidores a produtos antes inacessíveis a eles fez com que fosse necessário desenvolver estratégias para fazer com que estes consumidores desenvolvessem meios mais eficientes de lidar com seus recursos (FRISCHTAK, 2010; PAIM, 2015). Foi principalmente a partir do diagnóstico deste problema que a instituição financeira estudada começou a discutir a necessidade de haver implementação de algo como um programa de educação financeira como o que discutimos.

Desde o início das discussões dentro da instituição ficou acordado entre seus principais gestores que era necessário elaborar algum tipo de orientação para que, com boas ou más condições econômicas, o brasileiro pudesse agir da forma mais sensata o possível em relação ao gerenciamento de seus próprios recursos. Além disso, percebermos com as entrevistas (e isto vai ser detalhado adiante), que a relação do brasileiro com instituições

financeiras sempre foi um tanto quanto conturbada e, no geral, tais instituições não são bem vistas pelos mesmos, e, por vezes, acabam levando grande parte da “culpa” pelos problemas econômicos individuais do brasileiro. Isso foi afirmado por 3 de nossos entrevistados: “A gente percebia que o brasileiro não via com bons olhos o trabalho da maior parte das instituições financeira que hoje atuam no mercado nacional” (ENTREVISTADO E); “Em geral, não é senso comum que a relação dos altos juros praticados pelo mercado tem várias causas, é bastante comum o cliente achar que a culpa é toda da empresa” (ENTREVISTADO B). Percebemos, por meio das análises das entrevistas e de seu contraponto com o referencial teórico utilizado, que nem sempre as falas dos entrevistados encontram apoio nas pesquisas existentes, principalmente sobre a relação do consumidor com a imagem da instituição financeira. De acordo com Paim (2015, p. 17):

A expansão do crédito consignado permite que se faça uma reflexão mais aprofundada. A combinação entre baixa probabilidade de inadimplência e menores taxas de juros não impede a boa rentabilidade dos bancos, que disputam de forma agressiva os clientes e incentivam a utilização dessa modalidade. A falta de esclarecimento de parcela da população torna comum a utilização de recursos sem a necessidade, sendo inclusive tomados por intermediários para outras pessoas, as quais se utilizam das melhores condições de empréstimos concedidas aos aposentados e pensionistas, obtendo crédito em seu nome.

As pesquisas mostram que as instituições financeiras precisam de endividamento consciente para produzirem resultados. O problema ocorrido na sociedade brasileira com o grande aumento da oferta de crédito foi que, inicialmente, não houve preocupação com a conscientização que, mais tarde, se mostrou fundamental para que estas empresas pudessem continuar se beneficiando das novas modalidades de produtos que acabavam sendo mais incentivados do que a busca por entender o que tais mecanismos significavam de fato (PAIM, 2015; MODENESI, MODENESI, 2012; SBICCA, FLORIANI, JUK, 2012). A implementação de um programa de educação financeira foi, pode-se dizer, uma maneira de amenizar a falta de investimento em conscientização que deveria ter havido inicialmente (SBICCA, FLORIANO, JUK, 2012).

Tivemos acesso a diversos documentos referentes ao modo como a instituição pesquisada lida com questões como sustentabilidade e responsabilidade socioambiental. Também tivemos acesso aos documentos que versam sobre sua política de governança corporativa; de integridade e ética; de prevenção à corrupção e sua política de compras. Os documentos em questão expressam a preocupação da empresa em estabelecer uma linha

de comunicação transparente entre seus clientes, colaboradores, fornecedores e a sociedade em geral.

Analisamos neste capítulo as entrevistas feitas com os gestores da organização. Não iremos utilizar seus nomes para preservar suas identidades. Os entrevistados foram os seguintes:

- Entrevistado A – Gerente de sustentabilidade A;
- Entrevistado B – Gerente regional A;
- Entrevistado C – Gestor A
- Entrevistado D – Gerente de sustentabilidade B;
- Entrevistado E – Gerente regional B;

Os entrevistados têm papel fundamental dentro da empresa em relação à política de sustentabilidade e ao programa de educação financeira que analisamos. Alguns deles foram peças chave no desenvolvimento dos mesmos e seu papel dentro da empresa passou da análise do contexto sob o qual essas iniciativas seriam criadas ao desenvolvimento das mesmas, até a aplicação delas. Hoje eles atuam de forma a constantemente fiscalizar o modo como elas estão sendo aplicadas e a rever a todo momento como é possível melhorar a relação da instituição com o consumidor através de práticas que visam, de acordo com os documentos estudados, melhorar a relação entre os tomadores de crédito com as empresas e instituições financeiras. Apesar de alguns dos entrevistados trabalharem em cargos de mesma nomenclatura, nos preocupamos em buscar gestores com papéis distintos dentro da nossa proposta de pesquisa. Percebemos, ao longo das entrevistas, que todos eles apresentam visões que, apesar de equivalentes, apresentam teores diferentes de acordo com o que era questionado. Poucas respostas fugiram do teor apresentado dentro dos documentos institucionais e, em geral, todos apresentaram bom conhecimento sobre a área na qual atuam, sobre o mercado, sobre a política de sustentabilidade da instituição e sobre o programa de educação financeira que estudamos.

O programa de educação financeira da instituição é oferecido em dois momentos: 1) para seus colaboradores e; 2) para seus clientes. A primeira modalidade pode ser realizada à distância ou presencialmente, e acontece desde 2010. 2012 foi um ano importante para o desenvolvimento e aprimoramento da estratégia de educação financeira da instituição, com a criação de vários “guias práticos”, publicados pela empresa: *consumir e poupar, use bem o seu dinheiro, o melhor crédito para você, saia do vermelho, família e dinheiro, sobrou dinheiro, e agora?* Ainda, foi lançado nesse mesmo ano o livro infantil *A Árvore dos Sonhos*, que denota a abrangência das pretensões do programa de educação financeira desenvolvido. Ao ser

questionado sobre o modo como a efetividade das ações propostas é mensurada o Entrevistado A afirma:

Nem todos os nossos objetivos têm métricas tangíveis. Por exemplo, a gente não adota um novo processo se este significar em termos sociais e ambientais um retrocesso frente ao anterior. O reconhecimento do mercado, identificado por meio de pesquisas, também é um radar ao qual estamos atentos, sendo esta uma forma eficiente de medir nosso êxito. (ENTREVISTADO A)

Os resultados de um programa dessa natureza, quando efetivos, acabam sendo amplos e se manifestando sob diferentes modos na instituição em si e na sociedade brasileira. A objetividade almejada acaba sendo comprometida pelo crivo intrinsecamente subjetivo dos resultados buscados pela implementação de tal programa. Isso não significa, entretanto, que não é possível ou que não são tangíveis até certo ponto tais resultados. É necessário pensar de forma ampla para chegar a qualquer conclusão em relação a estes pontos.

Outro exemplo de dados subjetivos que se apresentam como um tipo de entrave para chegarmos a conclusões objetivas e que foram mencionados pelo Entrevistado A é a demanda por um programa de educação financeira por parte da sociedade brasileira. O colaborador da instituição afirma que: “Disponibilizamos o programa por entender ser uma demanda, ainda que não quantificada da sociedade, e da necessidade de corroborarmos as boas práticas vigentes”. Vê-se que a demanda por tal programa também é um fator subjetivo e sua implementação não levou exatamente em conta dados objetivos que influenciassem a decisão de implementá-lo ou não.

As razões para implementação de tal programa, em paralelo entre o que analisamos nos capítulos anteriores e o que a empresa apresenta em seus documentos, parecem ter mais embasamento no contexto de endividamento do cidadão brasileiro do que realmente em uma demanda ativa deste por tal programa. Não se propõe discutir, neste ponto, a importância da existência e da implementação do programa, mas as raízes que justificam seu surgimento. Sobre esse ponto Sbicca, Floriani e Juk (2012) tecem considerações ao discutir a vulnerabilidade do consumidor brasileiro e a expansão dos mecanismos de crédito no país.

Os pesquisadores expõem as classes mais desfavorecidas da população como as mais vulneráveis aos problemas causados pela rápida expansão do crédito e afirmam a necessidade do aumento da disseminação de informação a respeito de finanças para que mesmo essas camadas da população possam fazer escolhas conscientes. Desse modo a

questão em relação à demanda, apresentada nas linhas acima, se justifica com o desenvolvimento do programa de educação financeira estudado:

A análise das informações quanto a crédito no Brasil, inadimplência e comprometimento de renda, identifica a população de baixa renda como vulnerável e chama atenção para que, além da disponibilidade de informação para que os consumidores possam decidir pela contratação ou não de dívida, as tendências futuras da situação financeira dessas famílias devem ser analisadas, o que envolve expectativa de renda e a identificação de padrões de comportamento que influenciam a contratação do crédito (SBICCA; FLORIANI; JUK, 2012, p. 6)

Os Entrevistados A, B, C e D apresentam respostas em relação a esta demanda que são equivalentes e que corroboram a hipótese de que ela representa mais do que a vontade voluntária dos consumidores em aprenderem sobre como lidar com seus recursos financeiros: é uma resposta da instituição em caráter amplo à explícita dificuldade apresentada por estes ao lidar com o dinheiro. Para o Entrevistado B: “[...] existe uma demanda por programas de educação financeira como o que desenvolvemos por conta dos problemas que os consumidores têm apresentado nas suas vidas financeiras”. Já para o Entrevistado C: “Temos um público que gera demanda para esse tipo de programa e nossa obrigação é orientar nossos clientes sobre este assunto para que no futuro eles consigam lidar melhor com seus recursos próprios”.

Percebemos neste ponto uma brecha para discussão na medida que a mesma questão foi feita para os outros colaboradores. Observou-se que nenhum deles vê a demanda como algo que parte da vontade do consumidor em si, mas como algo já dado e que precisa ser de alguma forma suprido. A fala do Entrevistado E destoa um pouco da dos demais. Ele observa o problema de outra perspectiva e afirma que:

Essa demanda se organiza como um problema a ser solucionado e nós, enquanto instituição financeira, temos o poder de mudar um cenário difícil de encarar da atual realidade do consumidor brasileiro. A gente precisa agora de pulso firme enquanto nação para lidar com esse problema. Acho que a demanda vem menos do consumidor e mais do cenário como ele existe mesmo. (ENTREVISTADO E)

De acordo com o que foi discutido ao longo do referencial teórico utilizado fica evidente que programas de educação financeira são de grande auxílio para que crises financeiras e econômicas em geral sejam superadas (PETER, PALMEIRA, 2013; RESENDE, 2013; SCHWERINER, 2006). Entretanto, observa-se que a demanda em questão pode ter sido direcionada para induzir os consumidores a se conscientizarem sobre finanças e afins.

Conclui-se, então, de acordo com o verificado por meio das entrevistas e do referencial teórico mencionado, que a demanda não partiu ativamente do consumidor: ela resulta de uma série de fatores sistêmicos que, a partir de um diagnóstico de problemas no âmbito econômico do Brasil, se fez necessária e da sua discussão surgiram práticas como a implementação do programa de educação financeira que estudamos.

Ao discutir os objetivos da instituição financeira em desenvolver um programa de educação financeira primeiramente fomos aos documentos da instituição para buscar algumas definições, e lá lemos que seu objetivo é: “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”. A este respeito encontramos nas falas dos entrevistados olhares equivalentes, mas com nuances que demonstram noções diferentes do que busca o programa em questão. Para o Entrevistado E:

Nesse sentido [o objetivo geral do programa] seria reduzir os indicadores de POC [perda de operações de crédito]/margem financeira [lucro resultante dos empréstimos]. Para o Cliente, sermos um agente promotor de soluções e não de preocupações no aspecto financeiro. Para a sociedade, que o Banco seja enxergado como alavanca para o desenvolvimento da sociedade, a visão dos bancos de forma geral não é bem aceita em termos gerais. Existe um preconceito que vem de longa data. (ENTREVISTADO E)

A fala em questão demonstra um olhar mais corporativo em relação aos objetivos do programa. O Entrevistado chega mesmo a citar um “preconceito” que afirma existir em relação às instituições financeiras. É possível interpretar que sua fala corrobora a ideia de que elas sempre foram mecanismos de desenvolvimento social, mas que os cidadãos não as veem com bons olhos. As razões para isso não ficam claras em nenhum momento da entrevista (ainda que sejam esclarecidas pelo levantamento teórico realizado e supracitado) mas, pode-se inferir que, de acordo com as falas dos entrevistados de modo geral, o endividamento (que gerou a necessidade da implementação de programas de educação financeira, entre outros fatores) é causado pelas instituições, e não pelo mau uso dos recursos por parte dos consumidores. Percebe-se, nos documentos da instituição utilizados para análise que estabelecer uma relação de transparência com o consumidor, o mercado e a sociedade é uma preocupação constante da instituição, que desenvolve suas principais diretrizes tendo isso em mente, e isso corrobora a fala supracitada do Entrevistado E. As falas

de outros dois dos entrevistados demonstram concepções similares. Segundo o Entrevistado A:

Eu posso citar aqui para você uma lista de pontos que incentivaram a gente a criar esse programa de educação financeira. Esse momento de crise que começou há alguns anos é um dos grandes responsáveis pelo estado de endividamento em que muito cliente nosso se afundou nos últimos tempos. É complicado porque esse endividamento em massa, assim, acaba com o tempo se tornando um problema grave para toda a sociedade. Falando como alguém que trabalha nessa área, esse endividamento todo é ruim para o consumidor, para sociedade em geral e para nós também, que acaba sendo também prejudicado por isso. E faz muito tempo já que percebo que o consumidor acaba pegando raiva dos bancos porque parece que é dali que sai a culpa por todo esse problemão. (ENTREVISTADO A)

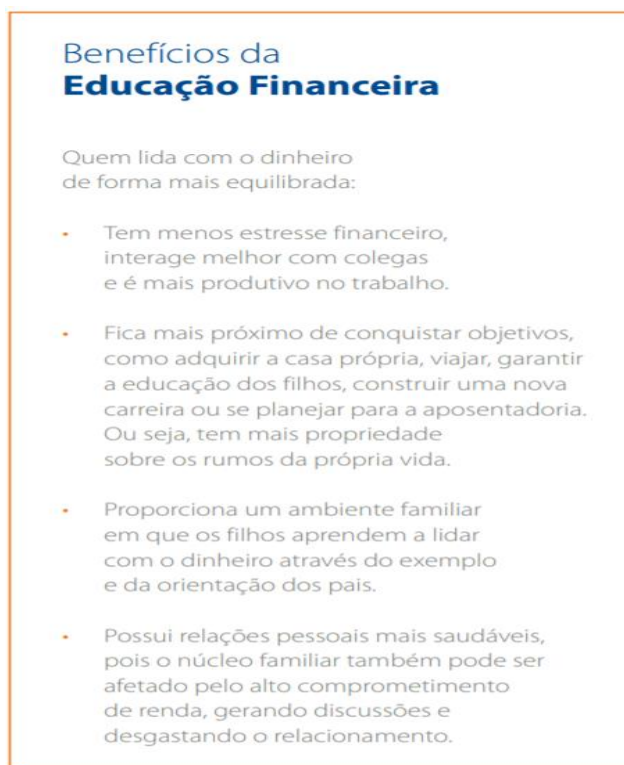
O Entrevistado em questão aparenta ter uma visão similar à citada anteriormente. Percebe-se que a fala busca abranger a sociedade e o consumidor, mas de acordo com a mesma vê-se que há uma preocupação em esclarecer o papel de cada um deles – consumidor, sociedade, instituição financeira – na gestão de recursos e no andamento da economia. Observamos, entretanto, nas pesquisas levantadas, que as instituições financeiras, nos momentos de maior expansão do crédito no país, não levaram em conta a falta de consciência do brasileiro para expandir suas metas e resultados. Os produtos tinham caráter de novidade na época e a falta de conhecimento em relação aos mesmos foi uma das principais causas do quadro problemático no qual este cenário culminou nos anos seguintes (SBICCA; FERNANDES, 2011). De acordo com o Entrevistado C o problema:

[...] é bastante sério e por isso nossos objetivos têm sido pautados em tentar enxergar da forma mais ampla possível suas causas e como a gente pode propor soluções. Penso que apesar de não ser possível medir exatamente como nosso programa tem feito impacto na sociedade o fato de a gente ser a organização com menor nível de endividamento no mercado é algo importante para perceber. Temos acertado bastante na nossa relação com o mercado e também na relação com o consumidor. Só acho que no Brasil as pessoas ainda precisam conhecer melhor sobre como funciona uma instituição financeira como a gente, porque o pessoal acaba devendo para os bancos e aí parece que toda a culpa do endividamento vem deles se a gente não olha de forma mais universal, mas a gente saber que não é bem assim. (ENTREVISTADO C)

Há uma clara relação entre as últimas falas apresentadas. Os gestores da organização estão preocupados com a maneira como são vistos pela sociedade onde a instituição financeira atua. A implementação de um programa de educação financeira acaba, então, sendo bastante útil para melhorar essa

imagem, e isso, por sua vez, auxilia a instituição a manter relações mais saudáveis com seus consumidores, já que o principal público alvo de ações como essa são os “tomadores de crédito”, de acordo com o afirmado pelo Entrevistado D.

Figura 04 – Benefícios da Educação Financeira



Fonte: documento sobre programa de Educação Financeira da instituição estudada.

Nos documentos da instituição é possível perceber maior relação entre a teoria estudada e os pesquisadores que dissertam sobre os benefícios que apresentam programas de educação financeira. Nas falas dos gestores há um foco maior na organização. Isso é compreensivo, já que seu trabalho demanda buscar soluções para a mesma. Para o Entrevistado B o tamanho do mercado brasileiro acaba deixando “um tanto abstrata” a busca por modos de mensurar que sejam mais objetivos, e isso influencia até o modo como o programa de educação financeira é concebido, assim como as demandas dos consumidores e os resultados que aparecem:

A gente sabe que o mercado brasileiro é gigantesco, o número de consumidores aqui é a soma de vários países da Europa juntos, por exemplo, e isso é bem significativo em termos de

elaboração de estratégias de mercado. Fazer um programa de educação financeira vai bem no ponto, no centro do problema que é o jeito como o brasileiro cuida do seu dinheiro. A gente ainda tem muito o que aprender enquanto sociedade, sabe? Eu não consigo ver, pelo menos hoje, uma divisão clara entre começo, meio e fim do que a organização propõe, acho que os resultados vão aparecendo de forma contínua e isso tudo, se der certo com a gente planeja, vai só levar as organizações e os consumidores a terem bem menos problemas entre si. (ENTREVISTADO B)

Vemos que os documentos que pautam as ações estratégicas da instituição são organizados e apresentam detalhes não excessivos sobre o modo como é necessário conduzir tais ações para que elas sejam de fato efetivas. Encontramos lá de forma bem delimitada o papel da instituição na promoção da educação financeira; os objetivos que advêm de sua aplicação; a maneira como os consumidores devem se comportar para que não tenham problemas com seu dinheiro e outras questões mais. Nestes documentos observamos uma abordagem preocupada em fazer o consumidor entender seu papel de forma objetiva e prática. Percebe-se que há, de fato, uma demonstração bastante didática do papel da instituição e do papel do consumidor. O Entrevistado D afirma:

Os documentos que a gente disponibiliza no site acabam sendo bastante úteis para fazer o consumidor perceber que a gente se preocupa com o bem-estar deles. É claro que a gente está sempre pensando em formas de juntar a nossa busca por resultados com a coisa toda. Mas a gente tem conseguido encontrar resultados financeiros cada vez maiores e, ainda que a gente não consiga saber exatamente quanto veio desse programa e por meio de uma série de boas decisões que pautamos nossa busca por melhoras no futuro. Se esses resultados vêm junto com a melhoria do bem-estar financeiro do brasileiro eu me sinto fazendo um bom trabalho, que faça o bem para todo mundo. (ENTREVISTADO D)

Há uma ampla preocupação da instituição em melhorar seus resultados e é com esse foco que suas ações são desenvolvidas. Pela fala dos entrevistados percebemos que os resultados a que eles se referem vão além dos números e do lucro calculado periodicamente, a constante melhora da imagem da instituição aos olhos da sociedade é um resultado almejado e isso é percebido nas falas acima citadas e em outros trechos das entrevistas (SILVEIRA, 2007; LUNARDI, HENRIQUE, BELLINI, 2001; CASAQUI, 2005). Para o Entrevistado A: “Nem todos os nossos objetivos têm métricas tangíveis [de mensuração de resultados]. Por exemplo, a gente não adota um novo processo se este significar em termos sociais e ambientais um retrocesso frente ao anterior”. O Entrevistado E complementa, ao ser

questionado sobre a relação da educação financeira com a política de sustentabilidade da instituição:

Trabalhamos muito em cima da ideia de sustentabilidade. Ela é uma concepção que faz com que todo mundo que esteja envolvido em um projeto sustentável saia ganhando. Ganha a sociedade, o consumidor individualmente, e a instituição cresce cada vez mais. Faz tempo que não só [a instituição em questão] percebeu que para existir dentro do mundo moderno a gente ia precisar dar tanta importância para as pessoas, o meio ambiente e a sociedade como um todo quanto para o lucro que a gente quer alcançar todo mês. Se a gente faz um bom trabalho com a sociedade ela sempre retribui e a gente ganha aqui e o brasileiro ganha também. (ENTREVISTADO E)

Relacionando isso com o programa de educação financeira desenvolvido pela instituição, o mesmo entrevistado ainda afirma:

Foi dessa ideia que a gente acabou percebendo que ia ser uma estratégia de ouro desenvolver um programa de educação financeira. Para começar o programa pensa dentro e fora da instituição, ou seja, educa os colaboradores e os clientes, isso faz o cidadão brasileiro ver que a gente se importa de verdade. Além do programa recuperar pessoas endividadas, o que faz com que a gente tenha melhores resultados financeiros enquanto instituição, ele faz as pessoas verem “ah, o banco tá ajudando as pessoas a não se endividarem” e isso melhora a imagem de um tipo de empresa que a ainda tem resistência na cabeça das pessoas. (ENTREVISTADO E)

Essa fala vem ao encontro do objetivo geral dessa pesquisa. O Entrevistado E deixa evidente a relação de práticas sustentáveis com a implementação de um programa de educação financeira. Lemos nas falas dos entrevistados como um todo a percepção segundo a qual para ser sustentável a instituição precisaria desenvolver táticas de recuperação de clientes endividados que fossem além da cobrança financeira. A política de sustentabilidade da instituição vem constantemente ao encontro de como são apresentadas suas diretrizes para o programa de educação financeira. Entre os princípios listados na política temos características como o “desenvolvimento contínuo do relacionamento com as partes interessadas” e ainda vemos a educação financeira como parte de suas estratégias de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental. A instituição visa, com isso, de acordo com sua política de sustentabilidade: “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”, e ainda busca “[...] escolhas mais conscientes e planejadas, adequando as necessidades e situação financeira”.

Ao resgatarmos o documento que descreve a política de sustentabilidade da instituição percebemos que a noção de educação financeira se apresenta já aí como um dos principais pilares estratégicos de manutenção e desenvolvimento do pensamento sustentável dentro da empresa, em relação aos seus gestores e colaboradores como um todo, e fora dela, no modo como se relaciona com seus clientes e consumidores em geral. As duas concepções são equivalentes e estão relacionadas de maneira intrínseca uma à outra, conforme afirma Dantas (2015, p. 1): “[...] para promover um modelo de desenvolvimento sustentável, devemos investir fortemente na educação dos mais jovens”. Ao ser questionado sobre a razão pela qual a empresa desenvolveu uma política de sustentabilidade, o Entrevistado E afirma:

A sustentabilidade [para essa instituição] vai além dos resultados financeiros. Quer gerar valor compartilhado, ser parceiro no desenvolvimento das pessoas, da sociedade e dos países que a instituição atua. Tem como objetivo ratificar o compromisso da instituição com a busca pelo desenvolvimento sustentável, formalizar a estratégia de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental.

Já para o Entrevistado B a questão se apresenta da seguinte forma: “[...] buscamos com isso gerar diferenciais competitivos diante de um mercado cada vez mais focado na transparência de sua imagem diante do consumidor, cada vez mais exigente”. Assim como nas questões em geral, aqui percebemos que os entrevistados desenvolvem suas respostas ora de acordo com os documentos que utilizamos como nosso referencial, ora de uma perspectiva mais focada na prática institucional, conforme o observado nas duas respostas citadas aqui, do Entrevistado E, e do Entrevistado B. O programa de educação financeira acaba sendo um grande aliado da política de sustentabilidade à medida em que ambos se complementam e a existência de um depende do bom andamento do outro (ARAÚJO, 2009; DANTAS, 2015).

Conforme as entrevistas aconteciam percebemos que a relação entre as práticas sugeridas nos documentos, em especial no que trata do tema da educação financeira, e as falas dos entrevistados apontam para maneiras bastante subjetivas de mensurar a relação da implementação desse programa com os resultados obtidos pela instituição. O programa de educação financeira é utilizado como um subsídio para auxiliar os resultados obtidos por meio da política de sustentabilidade. Ou seja, enquanto a efetividade da política pode ser mensurada de modo mais objetivo, de acordo com relatórios e rankings de sustentabilidade, o programa de educação financeira tem caráter mais amplo, agindo com caráter de médio e

longo prazo, já que suas ações, como palestras e publicação de livros serve como um tipo de base sobre a qual as estratégias de sustentabilidade se constroem.

Figura 05 – Objetivos de educação financeira para clientes

Objetivos de educação financeira para clientes

- Promover a **educação financeira, a transparência e a satisfação dos clientes** nas estratégias de negócios, produtos e serviços
- Oferecer com assertividade: **o produto certo, na hora certa, para o cliente certo**
- Ofertar **conhecimento e soluções financeiras** adequadas para cada objetivo e momento de vida do cliente

Fonte: documento da instituição sobre seu programa de Educação Financeira.

No documento principal da instituição sobre o programa de educação financeira percebemos sua abrangência e seu caráter de desenvolvimento de base de uma conscientização financeira que melhora gradual e efetivamente as concepções dos “tomadores de crédito” em relação a lidar com seus recursos. As formas como isso é feito são várias, e vão além de educar o consumidor, elas também agem no dia a dia da instituição:

[...] os novos contratos estão ainda mais simples e transparentes. Novas mensagens avisam quando o cliente vai entrar no cheque especial, por exemplo. As telas de navegação no sistema Internet banking e nos caixas eletrônicos priorizam a facilidade. O crédito sob medida auxilia no planejamento de empréstimos já contratados e na renegociação de contratos. E a gestão ativa que, de forma preventiva, avisa os clientes no momento em que dão indícios de utilização não adequada do crédito, oferecendo um produto de renegociação mais adequado à suas necessidades.

Há diversas medidas no programa que buscam, de acordo com o encontrado nos documentos da instituição, tanto fornecer subsídios para que os consumidores possam fazer escolhas mais sensatas em relação aos seus gastos, como para complementar suas noções acerca das finanças. Respalhando isso, o programa também prevê a criação de “Grupos de estudo com a fundamentação de Psicologia econômica” para seus clientes, um portal interativo, lançado em 2012, com “[...] vídeos, guias, testes, simuladores, áudios e artigos,

[onde] são abordados temas como o equilíbrio entre consumir e poupar, como sair do vermelho e como falar do tema em família e com os filhos”. Há iniciativas para crianças, para universitários e outras que demonstram a grande amplitude da aplicação do programa. A forma como os documentos apresentam os resultados obtidos através desse programa, que começou a receber investimentos da instituição em 2004, se apresenta como “Principais aprendizados das iniciativas de educação financeira”, e aí vemos que:

O primeiro deles é que ao falar desse tema estamos falando sobre melhores escolhas, sobre pensar antes de tomar uma decisão. A abordagem comportamental tem uma importância fundamental nesse sentido. Através dela, conseguimos aumentar o interesse das pessoas e aproximar o tema das suas necessidades e do seu dia a dia. Respeitando os princípios de transparência e isenção, não vinculamos o tema a oferta de produtos [da instituição]. Quando necessário, nos referimos a produtos do mercado financeiro em geral. O foco na orientação faz com que nossos conteúdos sejam considerados isentos, com credibilidade junto à sociedade.

Percebe-se, tanto nos documentos quanto na fala dos entrevistados, que há uma preocupação em legitimar o programa ao tentar distanciá-lo dos objetivos financeiros da instituição, como é possível perceber ao final do supracitado. Fica evidente que os resultados em potencial que são obtidos tanto através da política de sustentabilidade da instituição, quanto através do programa de educação financeira beneficiam diretamente a instituição, e nos parece que distanciar o programa de tais objetivos é uma forma de transparecer uma imagem específica apenas de “mecanismo de auxílio” na vida dos consumidores.

Para obter conhecimento sobre os mecanismos de mensuração de resultado do programa de educação financeira, observamos o que se apresenta nos documentos e nas falas dos entrevistados. Vemos, no documento, em relação à aplicação do programa de educação financeira na vida dos colaboradores da instituição, que:

Através de pesquisas, avaliamos o comportamento da população interna em relação à previdência, poupança e investimentos. Confirmamos que os e-learnings e as demais ações do programa têm influenciado uma mudança positiva na vida financeira dos colaboradores. No período de maio de 2010 a maio de 2012, identificamos uma evolução significativa nos volumes de recursos mantidos na poupança, em planos de previdência e em outros investimentos [...]. Além disso, a campanha interna de comunicação sobre educação financeira foi a mais bem avaliada de 2012, com índices de 89% de visibilidade, 91% de importância da mensagem, e 89% de alinhamento à cultura. Trata-se, enfim, de um reflexo do movimento interno que vem acontecendo ao longo do tempo.

Percebemos no supracitado a importância de pensar os resultados não de forma imediata. Para a instituição e para os entrevistados é importante observar o que ocorre “ao longo do tempo” para que a mensuração de resultados seja eficiente e não deixe de levar em conta nenhum fator. Obter resultados dessa forma faz com que menos erros sejam cometidos e ações que sejam efetivas da maneira mais ampla o possível sejam almejadas e buscadas pelas estratégias da instituição. Para respaldar essa afirmação recorreremos às falas de 3 dos entrevistados. De acordo com o Entrevistado E: “Desenvolvemos o nosso controle de resultados com base em várias instâncias de monitoramento que desenvolvemos”. Para ele, “[...] é necessário observar que partem de muitas frentes [da instituição] as iniciativas do programa, como palestras, publicação de livros, e essas palestras falam de como lidar com o dinheiro, de como investir na previdência e afins”.

Fica evidente, até aqui, que independente de qualquer fator paralelo de análise (como o que gerou a demanda ou até que ponto as iniciativas da instituição visam, ou não, apenas o seu próprio interesse), o programa de educação financeira e a política de sustentabilidade da instituição funcionam como complementos um do outro. A prática da educação financeira se encontra como um dos pilares da política em questão e a sua boa aplicação faz com que ela se desenvolva de modos cada vez mais coerentes com os propósitos a que se propõe. Para o Entrevistado D:

Desenvolvemos a política de sustentabilidade depois do programa de educação financeira. A política foi publicada em 2016, mas a gente sempre tá discutindo maneiras de melhorar ela cada vez mais, pra sempre mostrar transparência pro cliente e pro mercado. [...] A necessidade de ter um programa de educação financeira vem já de longa data. (ENTREVISTADO D)

O programa de educação financeira precede, então, a política de sustentabilidade elaborada pela instituição. É possível afirmar, então, que de certa forma aquela originou essa. A noção já analisada do *triple bottom line* e a abrangência que o conceito proporcionou para a ideia de sustentabilidade foi o que tornou possível ligar diretamente a existência de um programa de educação financeira com concepções acerca dela. A partir do momento em que se ligam *meio ambiente, sociedade e economia* (ELKINGTON, 1994) na busca por tomar viável a coexistência dos três e a tentativa de constante desenvolvimento, a implementação de algo que busque fornecer subsídios e conhecimento ao consumidor – para que ele possa

entender o que é e como utilizar seus recursos – é algo totalmente coerente e até mesmo necessário:

Faz muitos anos já que a gente começou a estudar o mercado e a sociedade em que atuamos e começamos a perceber que os brasileiros, principalmente os tomadores de crédito, que é de onde conseguimos tirar uma base mais sólida de justificativa do programa, precisavam muito melhorar suas noções de educação financeira. (ENTREVISTADO D)

A relação da instituição com o programa de educação financeira desenvolvida vem de longa data, como pudemos perceber na fala de 3 dos entrevistados. Além disso, por ter uma abrangência significativa acaba, como já mencionamos anteriormente, indo além da esfera da objetividade e, parte dos seus resultados, só serão percebidos no longo prazo: “Nem todo resultado que a gente atinge vai ser possível de mensurar exatamente, mas com base em algumas ações que tomamos, principalmente as que são direcionadas para os nossos colaboradores, posso dizer que o programa está sendo efetivo” (ENTREVISTADO D). De acordo com o Entrevistado E:

A gente percebeu que ia ter que investir pesado nisso se quisesse ter um bom retorno no futuro da relação entre [a instituição] e os nossos consumidores. E foi o que fizemos, começamos a pensar em estratégias amplas de aplicação da ideia, e aí veio ideia daqui, ideia dali, [...] desenvolvemos então a ideia do livro e aí começamos a dar palestras e tomar isso o mais amplo possível, já que o Brasil é um lugar muito grande. (ENTREVISTADO E)

É muito presente na fala de todos os entrevistados (em todas as entrevistas isso foi mencionado de alguma forma) a questão de o programa de educação financeira e da política de sustentabilidade serem *investimentos* e não *gastos*: “[...] vemos isso como uma série de investimentos que acabam voltando para nós na forma de bom relacionamento com nossos clientes” (ENTREVISTADO A). Ainda: “Nos questionamos muito quando começamos a desenvolver os primeiros esboços do programa sobre o quanto disso teria algum tipo de retorno para nós, e concluímos que, sim, teria um grande retorno, não só pra [a instituição] mas para a sociedade toda” (ENTREVISTADO D). A premissa é o retorno para a instituição, e isso, na fala de todos, se apresenta como algo que está sempre andando junto com a questão do retorno para a sociedade.

A questão de como seria mensurado este retorno em forma de resultados foi bastante questionada nas entrevistas e as proporções do mercado brasileiro, em especial do que está

relacionado às instituições financeiras nele existentes, foi trazida à tona mais de uma vez. De acordo com o Entrevistado B:

Nosso mercado tem proporções continentais, né? Aí quando a gente pensou em fazer esse programa de educação financeira o foco foi a gente manter coerência dentro das nossas políticas institucionais, e isso acabou sendo bastante útil quando começamos a escrever nossa política de sustentabilidade, até colocamos lá dentro mesmo a ideia de educação financeira. Ela não é um gasto, mas um investimento que traz benefícios enormes para a instituição, é claro, mas a sociedade como um todo ganha e ganha muito com isso. (ENTREVISTADO B)

As falas dos entrevistados são muito equivalentes nesse sentido, todos concordam e enfatizam três questões em específico: 1) a impossibilidade de mensuração exata dos resultados do programa. Ainda que existam dados que comprovem sua eficiência, isso, segundo eles, só é feito em partes; 2) o caráter de investimento dos recursos dispensados ao programa e à criação da política de sustentabilidade da instituição e; 3) o retorno é tão significativo para a empresa quando para a sociedade.

De acordo com o Entrevistado C: “Ao desenvolver a nossa política a gente observou primeiro o que queríamos com ela, como isso seria coerente com as nossas propostas e aí precisamos fazer algumas adaptações, também buscamos ideias [...] que já funcionavam de outros locais” (ENTREVISTADO C). Para a concepção do programa ideias já existentes foram também utilizadas: “[...] principalmente, observamos que em outros lugares do mundo tiveram empresas que desenvolveram mecanismos semelhantes há bem mais tempo que a gente e isso está se refletindo hoje em um mercado muito mais equilibrado e em economias estáveis” (ENTREVISTADO C). Para 3 dos entrevistados observar os resultados práticos encontrados em economias distintas da do Brasil foi algo fundamental para impulsionar a ideia, ainda assim, um entrevistado faz uma ressalva em relação à situação específica do Brasil nesse contexto:

Claro que o Brasil é um caso específico, [...] a gente não tem como se basear só no que acontece lá fora, uma coisa é uma coisa e outra coisa é outra coisa, a gente se desenvolveu enquanto nação de maneiras muito diversas daquelas de alguns outros países. Então para colocar em prática algumas coisas com influência de fora é preciso, sim, levar em conta bastante especificidades de mercado que só se encontram por aqui mesmo, né. (ENTREVISTADO B)

Foi bastante ressaltado por dois dos entrevistados (B e E) a forma como a política de sustentabilidade da instituição existe de acordo com padrões internacionais. A empresa em questão atua não só no Brasil, mas em alguns outros países também, e, de acordo com

ambos, isso foi fundamental para que as experiências adquiridas lá foram impactassem em solo nacional também: “[...] estarmos adequados aos padrões internacionais de avaliação de nossa política é algo muito importante para nós, porque fazemos parte de um mercado que transborda as fronteiras brasileiras” (ENTREVISTADO E). O entrevistado complementa: “[...] o que não significa que o que vem de fora é imposto aos padrões nacionais. A gente é uma empresa brasileira, temos muito orgulho disso, e, inclusive, colocamos isso sempre em pauta nas nossas divulgações publicitárias. O Brasil é a nossa casa” (ENTREVISTADO E). Há bastante cuidado por parte dos entrevistados para deixar sempre claro que o mercado brasileiro é o foco principal da instituição. Três deles apontam isso, os outros não afirmaram nada a respeito especificamente disso. De acordo ainda com o Entrevistado E:

Quando discutimos as principais diretrizes da nossa política de sustentabilidade e da relação dela com nosso programa de educação financeira a gente acabou passando bastante tempo na pauta que falava de como utilizar nossas referências internacionais levando em conta que somos [uma instituição] brasileira e que desenvolve suas estratégias de acordo com as demandas e exigências do mercado brasileiro mesmo. Esse ponto foi amplamente discutido e, ainda mais, quando passamos a redação da política. Acho que fizemos um ótimo trabalho nisso, nossa relação com o consumidor só tem melhorado a partir do momento que ele percebe que a gente está aqui para ajudar ele, sem parecer que estamos nos colocando na frente, sabe? (ENTREVISTADO E)

Por meio das questões propostas nas entrevistas realizadas percebemos que o programa de educação financeira desenvolvido pela instituição financeira que temos como foco de nossa pesquisa foi fundamental para a criação da política de sustentabilidade da mesma. Ainda, para chegar a um modelo de desenvolvimento plenamente sustentável tal programa tem se mostrado crucial, uma vez que se a sociedade como um todo for capaz de desenvolver mais clareza a respeito de como lidar com suas finanças ser sustentável acaba se tomando uma consequência dessa prática. Dessa forma existirão inúmeros benefícios tanto para o brasileiro, que passa a ter mais controle sobre suas finanças e mais poder de decisão sobre sua vida econômica, quanto para esta e outras instituições financeiras, que podem voltar a pensar nos seus resultados em termos de um endividamento saudável por parte de seus consumidores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Enfoque desse estudo pautou-se em evidenciar a relevância da educação financeira para a sociedade de forma geral, em especial, no que concerne ao tomador de crédito e como esse programa adotado pela Instituição relaciona-se com a política de sustentabilidade da mesma. O tema Educação Financeira é demasiadamente abrangente, portanto, recomenda-se para estudos futuros, também, identificar a importância de tal programa sob a ótica do cliente uma vez que com a infinidade de produtos financeiros disponíveis para os investidores, a necessidade de promover a capacidade de poupança na sociedade é assunto prioritário. Ainda são frequentes as situações onde investidores sofrem grandes perdas financeiras decorrentes de decisões equivocadas por desconhecimento dos fatores de risco envolvidos no produto de investimento escolhido.

O programa de educação financeira da instituição escolhida como objeto de nossa pesquisa se apresenta como uma tentativa de estabelecer bases sobre as quais o consumidor poderá construir noções mais sólidas de finanças, o que acaba levando-o a não se endividar de maneira problemática e, por conta disso, possibilita uma convivência mais saudável e harmoniosa entre ele e as instituições financeiras e empresas em geral. Ele é um grande auxílio para a política de sustentabilidade da instituição estudada pois estabelecer equilíbrio entre as finanças do consumidor e das empresas é um fator importante para que seja possível haver economia sustentável na sociedade brasileira. Percebemos, ao longo da pesquisa, que ambos – o programa e a política de sustentabilidade da instituição – se complementam e um torna possível a melhora do outro.

É interessante notar as similaridades entre o modo como as empresas precisam exercitar o pensamento sustentável e o modo como o indivíduo precisa pensar as suas finanças. Tanto um quando outro precisa entender as consequências que as suas ações imediatas trazem no longo prazo. Se a empresa não leva em conta os danos que causa o ambiente natural no qual existe ela vai enfrentar problemas sérios a médio a longo prazo, quando não a curto prazo também. No caso do indivíduo, se ele não levar em conta todo seu universo financeiro para tomar decisões imediatas ele não vai conseguir

enxergar as consequências dos mesmo a longo prazo, e isso pode fazer com que ele se torne alguém afundado em dívidas.

Em ambos os casos a falta de reflexão em relação às próprias ações faz com que a sustentabilidade e a educação financeira sejam conceitos com funções equivalentes. Ambos podem ser concebidos de modo mais imediato e microcômico: não pensar de forma sustentável pode fazer com que o modo como uma empresa descarta resíduos cause danos imediatos no ambiente no qual ela está inserida; da mesma forma, ao não observar mais do que sua imediata vontade, um indivíduo pode acabar imediatamente se tornando incapaz de arcar com suas finanças, incapacitando seu poder de consumo.

Paralelamente a isso, é possível pensá-los em um plano mais amplo e macrocômico: empresas de determinada região que passem a tomar decisões rápidas e imediatas (para cortar gastos imediatos, por exemplo) podem acabar inviabilizando todo um ecossistema de consumo no médio e longo prazo; da mesma forma, se a grande massa de consumidores de uma nação como o Brasil passar a gastar indiscriminadamente seus recursos, como quando ocorre se há falta de consciência financeira e amplo acesso a crédito, por exemplo, no médio e longo prazo toda a sociedade pode sofrer as consequências disso. Ainda que isso ocorra, é possível, quando não há conhecimento suficiente acerca dos mecanismos financeiros e de sua relação temporal, o que tornaria tudo ainda pior do ponto de vista do desenvolvimento econômico, que estes indivíduos ou empresas nem percebam onde foi que os maiores equívocos foram cometidos, possibilitando que isso se repita no presente e no futuro.

O programa de educação financeira da instituição se apresenta como algo que busca trabalhar em conjunto com a política de sustentabilidade da mesma instituição. Ambos só podem ter seus objetivos atingidos e plenamente desenvolvidos se trabalharem paralelamente em busca de, primeiramente, resgatar o consumidor que hoje se encontra endividado e não sabe como voltar a ter uma vida financeira saudável e funcional. Além disso, busca conscientizar novos consumidores a respeito de como funcionam os recursos que tem a seu dispor, para que possa evitar chegar à níveis problemáticos de endividamento. Por conseguinte, essas práticas tornam o modelo econômico proposto algo sustentável, que permite que haja, no presente e no futuro boa convivência entre consumidor e instituição financeira. Enfim, não há como descrever o programa

de educação financeira sem falar diretamente na política de sustentabilidade e, por conta disso, temos aí posta a relação entre ambos: um complementa o outro e necessita dele para que possa ser eficiente e funcional.

Embora haja interesse por parte da Instituição Financeira pesquisada em divulgar seu programa de educação financeira, sua importância está mais conjugada às boas práticas de sustentabilidade já empregadas por outras Instituições. Esse fator se caracteriza como algo mais fundamental do que o interesse em educar seus clientes a contrair crédito de forma consciente para melhorar seus resultados. Não adotar tal programa, além de se apresentar como uma desvantagem em relação aos seus concorrentes é algo que pode fazer a Instituição ter sua imagem maculada junto à sociedade e aos seus acionistas.

Sugerimos, como pesquisas futuras relacionadas à temática aqui pesquisada, algo pautado na visão do consumidor. A pesquisa aqui em questão buscou o olhar dos gestores da instituição para buscar os dados que analisaria. É possível, e pertinente, entrevistar os consumidores que foram e estão sendo afetados por programas de educação financeira como o que estudamos. Ainda, pode-se buscar estabelecer uma análise de dados mais ampla, que faça um levantamento de informações sobre o estado de endividamento atual do cidadão brasileiro levando em conta a existência desses programas. Por último, também é possível direcionar essa pesquisa aos investidores, que são grandes responsáveis por tais programas efetivamente existirem, ou não.

REFERÊNCIAS

ABREU, C. **Você sabe o que é sustentabilidade empresarial?** 2008. Disponível em: <<http://www.atitudessustentaveis.com.br>>. Acesso em: 14 de novembro de 2017.

AMADEU, J R. **A Educação Financeira e a sua Influência nas Decisões de Consumo e Investimento:** Proposta de Inserção da Disciplina na Matriz Curricular. Dissertação (Mestrado). UNOESTE, Presidente Prudente, 2009.

ARAÚJO, R. M. B. de. **Alfabetização econômica:** compromisso social na educação das crianças. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2009.

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

ATITUDES SUSTENTÁVEIS. **Índice Dow Jones de sustentabilidades:** empresas sustentáveis. 2014. Disponível em: <<http://www.atitudessustentaveis.com.br/sustentabilidade/indice-dow-jones-de-Sustentabilidade-empresas-sustentaveis/>>. Acesso em 12 de setembro de 2017.

AYRES, R.U. **Sustainability economics:** where do we stand? Ecological Economics, Vol. 67. n. 2, p. 281-310. 2008.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **O programa de educação financeira do Banco Central.** Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjD_Kr9_ZXXAhXJHJAKHX7UafQQFggxMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fpre%2Fbcuniversidade%2FintroducaoPEF.asp&usg=AOvVaw25P4cY1S7L9kkJj9S5CRW6>. Acesso em: 25 de setembro de 2017.

BARBOSA, V. 6 brasileiras integram índice Dow Jones de sustentabilidade 2017. **Exame**, 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/mercados/6-brasileiras-integram-indice-dow-jones-de-sustentabilidade-2017/>>. Acesso em 2 de outubro de 2017.

BARTELMUS, P. **Dematerialization and capital maintenance:** two sides of the sustainability coin. Ecological Economics. Vol. 46. n. 1. p. 61-81. 2003.

BELLEN, H. M. V. Desenvolvimento sustentável: uma descrição das principais ferramentas de avaliação. In: **Revista Ambiente & Sociedade.** Vol. 7, n. 1, Jan./Jun. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-753X2004000100005>. Acesso em: 4 de outubro de 2017.

BOSSEL, H. **Indicators for Sustainable Development:** Theory, Method, Applications, a report to the Balaton Group. Winnipeg: IISD, 1999.

BRASIL. **O programa de educação financeira apresenta plataforma aberta.** 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/educacao/2014/05/programa-de-educacao-financeira-apresenta-plataforma-aberta>>. Acesso em 14 de setembro de 2017.

BRITO, L.; BAPTISTA, J. A.; SILVA, S. R.; BRAZ, S.; HENRIQUE, M. R. A importância da educação financeira nos contextos acadêmico e profissional: um levantamento de dados com alunos universitários. **Simpósio de excelência em gestão e tecnologia.** 2012.

CAGNA, T. **Por que minha empresa deve ter uma política de sustentabilidade?** 2016. Disponível em: <<https://ecohospedagem.com/por-que-minha-empresa-deve-ter-uma-politica-de-sustentabilidade/>>. Acesso em 8 de dezembro de 2017.

CAGNA, T. **Os primeiros passos para implantar a sustentabilidade.** 2016. Disponível em: <<https://ecohospedagem.com/os-primeiros-passos-para-implantar-a-sustentabilidade/>>. Acesso em 8 de dezembro de 2017.

CAGNA, T. **Como escrever uma política de sustentabilidade.** 2016. Disponível em: <<https://ecohospedagem.com/como-escrever-uma-politica-de-sustentabilidade/>>. Acesso em: 8 de dezembro de 2017.

CAGNA, T. **Como fazer e para que servem os relatórios de sustentabilidade.** 2016. Disponível em: <<https://ecohospedagem.com/como-fazer-e-para-que-servem-os-relatorios-de-sustentabilidade/>>. Acesso em: 8 de dezembro de 2017.

CAGNA, T. **Os passos para se construir uma política de sustentabilidade.** 2016. Disponível em: <<https://ecohospedagem.com/os-passos-para-se-construir-uma-politica-de-sustentabilidade/>>. Acesso em: 8 de dezembro de 2017.

CASAQUI, V. **A publicidade das instituições bancárias em situação de conflito com seu público-alvo.** In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UERJ: Rio de Janeiro. 2005.

CONSELHO BRASILEIRO DE CONSTRUÇÃO SUSTENTÁVEL. **Missão, visão, origem.** 2011. Disponível em: <<http://www.cbcs.org.br/website/institucional/show.asp?ppgCode=BCCF20BC-8628-4D3D-83ED-FBA37CFA560D>>. Acesso em: 17 de dezembro de 2017.

CLARO, P. B. O.; CLARO, D. P. Sustentabilidade estratégica: existe retorno no longo prazo? **Revista de administração da Universidade de São Paulo.** v. 49, n. 2, 2014.

CNC. **Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor.** Disponível em: <<http://www.cnc.org.br/central-do-conhecimento/pesquisas/pesquisa-nacional-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-8>>. Acesso em: 6 de dezembro de 2017.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO - CMMAD. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988.

DANTAS, L. T.; RODRIGUES, C. K. Educação financeira e sustentabilidade. **III Encontro de Pesquisa em Ensino de Ciências e Matemática: questões atuais** 2015. Unigranrio, V. 1, n. 1, 2015. Disponível em: <<http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/pecm/article/view/3145/1539>>. Acesso em: 10 de outubro de 2017.

DIAS, R. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

DOMINGOS, R. Dicas para inserir a educação financeira em sua empresa. **Administradores**, 2010. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/dicas-para-inserir-a-educacao-financeira-em-sua-empresa/30897/>>. Acesso em: 14 de setembro de 2017.

DOMINGOS, R. Situação financeira cause crescimento da procura por educação financeira. **Infomoney**, 2015. Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/blogs/financas-pessoais/financas-em-casa/post/3832021/situacao-financeira-cause-crescimento-procura-por-educacao-financeira>>. Acesso em: 13 de outubro de 2017.

DSOP. **ENEF reafirma a importância da educação financeira para estudantes**. São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www.dsop.com.br/imprensa-dsop/releases/1622-enefreafirma-a-importancia-da-educacao-financeira-para-estudantes>>. Acesso em: 17 de janeiro de 2018.

DSOP. **Programa Dsop de Educação Financeira nas Escolas**. São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www.dsop.com.br/escolas/educacaofinanceiraescolas?gclid=CImwjMSOy78CFcnm7AodgwEAJw>>. Acesso em: 25 de outubro de 2017.

ELKINGTON, J. **Triple bottom line revolution: reporting for the third millennium**. Australian CPA, v. 69, p. 75, 1994.

EXAME. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/edicoes/guia-de-sustentabilidade-2016/>>. Acesso em 25 de setembro de 2017.

FAUZI, H.; SVENSSON, G.; RAHMAN, A. A. **Triple Bottom Line as Sustainable Corporate Performance: a Proposition for the Future**. Vol. 2, n. 5, p. 1-15, 2010.

FRISCHTAK, C. **Financiamento voluntário de longo prazo no Brasil: análise e recomendações**. São Paulo: IEDI; Instituto Talento Brasil, 2010. Disponível em: <http://www.iedi.org.br/admin_ori/pdf/20101108_flp.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2012.

GALLERY, N.; BROWN, K.; FURNEAUX, C.; PALM, C. Financial literacy and pension investment decisions. **Financial Accountability & Management**, EUA, v. 27, n. 3, p. 286-307, 2011.

GAMBARO, D. Bordieu, Baudrillard e Bauman: o consumo como estratégia de distinção. **Revista Novos Olhares**. Vol. 1. n. 1. p. 19-26. 2015.

GOES, G. A. **Gestão pública e sustentabilidade**: desafios, ações e possibilidades. In: IX Fórum Ambiental da Alta Paulista. Vol. 9, n. 4, 2013.

GOMES, J.; ARÁUJO, G. A pesquisa sobre sustentabilidade estratégica no Brasil: fatos e dados. **XVI Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**, 2014.

GPO. **Credit card accountability responsibility and disclosure act of 2009**. Disponível em: <<http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-111publ24/html/PLAW-111publ24.htm>>. Acesso em: 6 de dezembro de 2017.

GRI. **GRI's organizational stakeholder program**. 2017. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/resource/library/OS_Program_Overview.pdf>. Acesso em: 12 de janeiro de 2018.

HOLLANDA, M. C. **A administração pública e o desenvolvimento sustentável**. 2012.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade para a gestão empresarial**. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-e-sustentabilidade-para-a-gestao-empresarial/#.UlliLFBQFqV>>. Acesso em 30 de setembro de 2013.

JUNQUEIRA, L. A. P.; MAIOR, J. S.; PINHEIRO, F. P. Sustentabilidade: a produção científica brasileira entre os anos de 2000 e 2009. **Revista de Gestão Social e Ambiental**. São Paulo, v. 5, n. 3, p. 36-52, set./dez. 2011.

KIYOSAKI, R.; LECHTER, S. L. **Pai Rico Pai Pobre**. Elsevier. Rio de Janeiro: 2000.

LAYRARGUES, P. P. **Do ecodesenvolvimento ao desenvolvimento sustentável**: evolução de um conceito. São Paulo: 1997.

LEFF, Enrique. **Saber Ambiental**: Sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Trad. Lúcia Mathilde Endlich Orth. 8 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

LEIS, H. R.; D'AMATO J. L. O ambientalismo como movimento vital: análise de sua dimensão histórica, ética e vivencial. In: CAVALCANTI, C. **Desenvolvimento e natureza**: estudos para uma sociedade sustentável. 2. Ed. São Paulo: Cortez, 1998. cap. 5, p. 77-103.

LISKAUKAS, S. Educação financeira está no foco das empresas de planos privados. **Valor Econômico**. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4941966/educacao-financeira-esta-no-foco-das-empresas-de-planos-privados>>. Acesso em: 25 de outubro de 2017.

LOURENÇO, M. L.; CARVALHO, D. Sustentabilidade social e desenvolvimento sustentável. **Revista Race**. Unoesc, v. 12, n. 1, p. 9-38, jan./jun. 2013.

LUNARDI, G. L.; HENRIQUE, J. L.; BELLINI, C. G. P. **Qualidade de serviços bancários**: o caso do Banco do Brasil. In: XXI Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2001, Salvador. XXI Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Porto Alegre: ABEPRO, 2001.

MADALENA, J. D.; ROVER, S.; FERREIRA, D. M.; FERREIRA, L. F. Estudo dos relatórios de sustentabilidade GRI de empresas brasileiras. **Revista eletrônica em Gestão Educacional e Tecnologia Ambiental**. UFSM. Vol. 20. n. 1, p. 566-579, jan/abr, 2016.

MASSARO, A. **A importância da educação financeira nas empresas**. Disponível em: <<http://www.empregoerenda.com.br/editorias/artigos/1128-a-importancia-da-educacao-financeira-nas-empresas>>. Acesso em: 12 de janeiro de 2018.

MEADOWS, D. L.; MEADOWS, D.; RANDERS, J. **Limites do Crescimento**. 2. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1978.

MODENESI, A. M.; MODENESI, R. L. Quinze anos de rigidez monetária no Brasil: uma agenda de pesquisa. **Revista de Economia Política**. São Paulo, v. 32, n. 3, p. 389-411, 2012.

MODERNELL, A. Educação Financeira também é benefício. **Lugar de gente**: sistemas humanos. 2011. Disponível em: <<https://www.lg.com.br/blog/educacao-financeira-tambem-e-beneficio/>>. Acesso em: 12 de outubro de 2017.

MOLEN, F. **Behind the first 15 years of GRI Sustainability Reporting**. 2015. Disponível em: <<https://www.greenbiz.com/article/behind-first-15-years-gri-sustainability-reporting>>. Acesso em: 12 de janeiro de 2018.

MOWEN, J. C.; MINOR, M. S. **Comportamento de Consumidor**. Editora Pearson. São Paulo: 2004;

NASCIMENTO, E. P. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. **Estudos Avançados**. Brasília. Vol. 26. n. 74. p. 51-64. 2012.

OLIVEIRA FILHO, J. E. D. **Gestão ambiental e sustentabilidade**: um novo paradigma eco-econômico para as organizações modernas. 2004.

OTAGO. **Sustainability Policies and Principles**. University of Otago. 2017. Disponível em: <<http://www.otago.ac.nz/sustainability/policies/>>. Acesso em 14 de dezembro de 2017.

PADIA, C.; SERVAT, M. E.; FAGUNDES, J. A.; PEREIRA, E. O.; POLACINSKI, E. A importância de projetos sustentáveis para o desenvolvimento das organizações. **3ª Semana Internacional das Engenharias da FAHOR**. FAHOR. 2013.

PAIM, B. Perfil da dívida das famílias e o sistema financeiro nacional. **Indicadores Econômicos FEE**. Fundação de Economia e Estatística. Vol. 45. n. 2. 2017.

PASSOS, P. N. C. A conferência de Estocolmo como ponto de partida para a proteção internacional do meio ambiente. **Revista de Direitos Fundamentais e Democracia**. Unibrasil. Vol. 6. 2009.

PETER, L. D.; PALMEIRA, E. M. **Estudo sobre a educação financeira como disciplina escolar a partir das séries iniciais**. 2013. Disponível em: <<http://atlante.eumed.net/educacao-financeira/>>. Acesso em 23 de novembro de 2017.

PRIETO, V. C. et al. Fatores críticos na implementação do Balanced Scorecard. **Gestão & Produção**. v. 13, n. 1, p. 81-92, 2006. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-530X2006000100008>.

RESENDE, A. F. **A educação financeira na educação de jovens e adultos: uma leitura da produção de significados financeiro-econômicos de dois indivíduos-consumidores**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Juiz de Fora. Minas Gerais: UFJF, 2013.

RODRIGUEZ, M. A.; RICART, J. E.; SANCHEZ, P. **Sustainable development and sustainability of competitive advantage: a dynamic sustainable view of the firm**. 2002.

SARTORI, S.; LATRÔNICO, F.; CAMPOS, L. M. S. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: uma taxonomia no campo da literatura. **Revista Ambiente & Sociedade**. v. XVII, n. 1, p. 1-22, jan./mar. 2014.

SAVITZ, A. W. **The triple bottom line: how today's best-run companies are achieving economic, social, and environmental success – and how you can too**. 2 ed. San Francisco, CA: John Wiley & Sons, 2013. 320 p.

SBICCA, A.; FLORIANI, V.; JUK, Y. Expansão de crédito no Brasil e a vulnerabilidade do consumidor. **Revista Economia & Tecnologia**. UFPR. Vol. 8. n. 4, p. 5-16, out/dez, 2012.

SBICCA, A.; FERNANDES, A. L. Reflexões sobre o comportamento do consumidor e o cartão de crédito no Brasil. **Revista Economia & Tecnologia**. 25, p. 171-178. 2011.

SCHWERINER, M. E. R. **Comportamento do Consumidor: Identificando Necejos e Supérfluos Essenciais**. Saraiva. São Paulo: 2006.

SEIFFERT, M. E. B. **Gestão ambiental: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental**. São Paulo: Atlas, 2009.

SHOVEN, J. B.; SIALM, C. **The Dow Jones industrial average: the impact of fixing its flaws**. Stanford University, Stanford: 2000.

SILVA, E. F. G.; SANTOS, S. E. O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade. **Associação brasileira de Psicologia Social**. 2009.

SILVEIRA, R. B. **Imagem das instituições financeiras no Brasil**. Monografia (Graduação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre – RS: UFRGS, 2007.

SPANGENBERG, J.; BONNIOT, O. **Sustainable indicators — A compass on the road towards sustainability**, 1998.

STEPHANI, M. **Educação Financeira: uma perspectiva interdisciplinar na construção da autonomia do aluno**. Dissertação (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre – RS: PUCRS, 2005.

VIDA E DINHEIRO. **ENEF - Estratégia nacional de educação financeira**. 2014. Disponível em: <<http://www.vidaedinheiro.gov.br/Enef>>. Acesso em: 17 de janeiro de 2018.