



**DETERMINAÇÃO DOS FATORES ESTATÍSTICOS PARA DEFINIÇÃO
DAS DIRETRIZES DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EM
BANCOS COMERCIAIS: PERCEPÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DE UM
BANCO ESTADUAL**

Roberto Felipe Tobias Ribeiro
Heriberto Wagner Amanajás Pena
DEVRY_FACI
professorheriberto@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Roberto Felipe Tobias Ribeiro y Heriberto Wagner Amanajás Pena (2016): "Determinação dos fatores estatísticos para definição das diretrizes de responsabilidade socioambiental em bancos comerciais: percepção dos funcionários de um banco estadual", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (noviembre 2016). En línea:

<http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/11/diretrizes.html>

Resumo

Os bancos devem contribuir de forma mais ativa no quesito ambiental e social por meio do direcionamento de recursos financeiros e políticas que possam melhorar tais aspectos. Tal contribuição é imposta pelo Conselho Monetário Nacional, e o Banco Central do Brasil como órgão regulador deverá garantir o cumprimento da contribuição dos bancos de forma mais incisiva. Para isto, deverá orientar as instituições e avaliar as diretrizes de responsabilidade socioambiental. Os bancos por sua vez, devem interpretar tal imposição como uma oportunidade de marketing para os clientes e seus funcionários. O presente estudo aborda o endomarketing de funcionários, sugerindo fatores para servirem de pilar para a política de responsabilidade socioambiental das instituições financeiras corroborando sob a ótica dos funcionários, neste caso do Banco do Estado do Pará, analisando inclusive por meio de questionário e análise estatística gerando uma percepção dos entrevistados. O método utilizado foi o de análise multivariada, na situação da análise fatorial, gerando os principais fatores para servirem de diretrizes na política da responsabilidade socioambiental. A partir da análise fatorial, nas comunalidades destaca-se a governança corporativa e o principal fator foi o de ética –ambiental, que

explicou mais de 80% da variância. Além disso, foi realizada uma análise de percepção dos entrevistados, onde é teorizado que pela essência dos funcionários, há preocupação pelo rumo da empresa e como o crescimento pode ser traduzido em recursos financeiros aos funcionários e solidez da empresa, além da preocupação ambiental e bem estar social, em não gerar danos à sociedade. É possível concluir então que os fatores estudados no são fundamentais na composição das diretrizes para formulação de uma política socioambiental de uma instituição financeira e na análise da percepção sobre os entrevistados, são importantes ações relacionadas ao impacto da remuneração dos funcionários, que gerem impactos ambientais positivos e que proporcionem benefícios sociais à comunidade devem ser as principais ações a serem tomadas para que seja feito um marketing positivo interno. Posto isto, sugere-se que um percentual recursos financeiros disponíveis sejam direcionados conduzindo ações relacionados à esses fatores durante o ano civil principalmente para aferir empiricamente a teoria gerada a partir de entrevistas e análise multivariada.

Palavras chave: responsabilidade socioambiental, instituição financeira, análise fatorial, percepção de entrevistados.

Resumen

Los bancos deben contribuir más activamente en la cuestión ambiental y social a través de la asignación de los recursos financieros y políticos que pueden mejorar estos aspectos. Esta contribución es impuesta por el Consejo Monetario Nacional y el Banco Central de Brasil como un organismo regulador debe garantizar el cumplimiento de la contribución de los bancos más incisiva. Para ello, debe orientar a las instituciones y evaluar las directrices de responsabilidad social y ambiental. Los bancos, a su vez, para interpretar un impuesto como una oportunidad de mercado para los clientes y sus empleados. Este estudio aborda el personal de marketing interno, lo que sugiere factores para servir como un pilar de la política de responsabilidad social y ambiental de las instituciones financieras que confirman desde la perspectiva de los empleados, en este caso del Banco del Estado de Pará, analizar incluso a través de un cuestionario de generación y el análisis estadístico una percepción de los encuestados. El método utilizado fue el análisis multivariado, la situación del análisis factorial, la generación de los factores principales para servir de guía en la política de responsabilidad ambiental. A partir del análisis factorial, los puntos comunes destaca el gobierno corporativo y el factor principal era la ética -ambiental, que explican más del 80% de la varianza. Además, un análisis de la percepción de los encuestados se llevó a cabo cuando se teoriza que la esencia de los empleados, existe la preocupación de la dirección de la empresa y cómo el crecimiento puede traducirse en recursos financieros a los

empleados y fortaleza de la empresa, además de las preocupaciones ambientales y así el bienestar social, para no generar daños a la sociedad. Se puede concluir entonces que los factores estudiados son fundamentales en la composición de las directrices para la formulación de la política medioambiental de una institución financiera y el análisis de la percepción de los encuestados son acciones importantes relacionadas con el impacto de la remuneración de los empleados, generando impactos ambientales positivos y proporcionar beneficios sociales a la comunidad debe ser las principales acciones que deben tomarse para realizar un marketing positivo interno. Una vez dicho esto, se sugiere que un porcentaje de los recursos financieros disponibles se dirige la realización de acciones relacionadas con estos factores durante el año natural, principalmente para evaluar empíricamente la teoría generada a partir de entrevistas y análisis multivariado.

Palabras clave: responsabilidad ambiental, la institución financiera, el análisis factorial, la percepción de los encuestados.

Abstract

Banks should contribute more actively to environmental and social issues through the allocation of financial and political resources that can improve these aspects. Such a contribution is imposed by the National Monetary Council, and the Central Bank of Brazil as the regulatory body should ensure compliance with the banks' contribution in a more incisive way. To this end, it should guide the institutions and evaluate the socio-environmental responsibility guidelines. Banks in turn should interpret such imposition as a marketing opportunity for customers and their employees. The present study deals with the endomarketing of employees, suggesting factors to serve as a pillar for the socio-environmental responsibility policy of financial institutions corroborating from the perspective of the employees, in this case of the Bank of the State of Pará, analyzing also through a questionnaire and statistical analysis generating Perception of the interviewees. The method used was the multivariate analysis, in the situation of the factorial analysis, generating the main factors to serve as guidelines in the socio-environmental responsibility policy. From the factorial analysis, corporate governance stands out in the communes and the main factor was ethics-environmental, which explained more than 80% of the variance. In addition, a perception analysis of the interviewees was carried out, where it is theorized that by the essence of the employees, there is concern about the direction of the company and how growth can be translated into financial resources for the employees and solidity of the company, as well as the environmental and well-being concern Being, in not generating harm to society. It is possible to conclude that the factors studied are not fundamental in the composition of the guidelines for the formulation of a socio-environmental

policy of a financial institution and in the analysis of the perception about the interviewees are important actions related to the impact of the compensation of the employees that generate positive environmental impacts And that provide social benefits to the community should be the main actions to be taken to achieve positive internal marketing. Given this, it is suggested that a percentage available financial resources be directed by conducting actions related to these factors during the calendar year mainly to empirically measure the theory generated from interviews and multivariate analysis.

Key words: socio-environmental responsibility, financial institution, factorial analysis, interviewees' perception.

INTRODUÇÃO

Os bancos brasileiros foram convocados à responsabilidade de contribuir mais com a melhoria da sociedade e do meio ambiente.

Neste contexto, o Meio Ambiente sempre se configurou como uma preocupação de garantias de recursos naturais disponíveis às gerações futuras em caráter mundial, porém, essas preocupações foram dimensionadas conforme os impactos evidentes em cada época. Posto isto, os detentores de mais recursos ou aqueles que são mais responsáveis por impactos ambientais negativos são naturalmente mais cobrados da sociedade com relação a medidas de preservação ou compensação ambiental.

Porém, questões como a do meio ambiente têm um leque de possibilidades e conflitos em relação ao desenvolvimento social. Logo, os recursos naturais que são cada vez mais escassos, obriga a sociedade a se reinventar, se sensibilizar e opinar sobre quais fatores são mais importantes para que ocorra a melhoria ambiental.

Políticas que conduzam a inovações tecnológicas são inevitáveis para gerar a almejada melhoria, portanto, além de instituições que contribuem para gerar invenções, também são necessários os elos da cadeia que induzam a sociedade ao clima de conscientização para mitigar riscos ambientais e preservar o meio ambiente.

A preocupação com a boa gestão dos recursos naturais visando sua preservação, conservação e melhor aproveitamento pelo homem pode gerar mais qualidade de vida aos habitantes do planeta. Sendo assim, países economicamente importantes reúnem-se de tempos em tempos para discutir sobre contribuições ao meio ambiente, pois este fator também é importante economicamente, e o seu desequilíbrio pode causar reações no planeta como geadas, tempestades, enchentes, entre várias outras catástrofes que alocam o capital dos países para correção destes fatos e podem gerar imensas perdas econômicas para os países mais afetados.

No Brasil, um país de dimensões continentais, possui biomas que auxiliam e somam com o planeta no cunho ambiental em áreas como a região amazônica e o cerrado. Porém, essas regiões tiveram evolução no

desmatamento nos últimos 30 anos reduzindo sua área, e em muitos casos sob o alto preço da baixa produtividade, pouco desenvolvimento e incipientes inovações tecnológicas. Alguns dos principais setores responsáveis por este cenário estão ligados às cadeias do agronegócio que há tempos eram pioneiros do desenvolvimento, entretanto vêm tendo que se adequar para não se tornarem criminosos e contribuir para o desenvolvimento da região que estão inseridos.

Na relação governo-bancos-clientes, se caracteriza uma relação de agentes que podem influenciar significativamente de forma que o governo designe políticas e o banco as cumpra em harmonia com clientes e ao mesmo tempo crie marketing positivo sobre suas ações aos demais componentes à sua montante e à jusante.

Além da relação de incrementos benéficos ao meio ambiente, deve-se destacar a sonora urgência de o Brasil aumentar seus patamares de qualidade de vida de seus habitantes, consolidando na rede bancária a tarefa de desenvolver a sociedade e o meio em que vivem, demonstrando que são membros fundamentais no processo de transformação socioambiental.

Na dianteira da nova tarefa, destacam-se o Conselho Monetário Nacional (CMN) e o Banco Central do Brasil (BCB) são órgãos entrelaçados nas relações com as instituições financeiras no país e como partes do governo federal em diversas políticas se integram a ministérios e outras instituições interligadas ao sistema financeiro nacional. Entretanto, rumo ao passo de protagonizar a evolução da responsabilidade socioambiental vinculada ao Sistema Financeiro Nacional, o CMN instituiu a regulação de política socioambiental em 2014 para o cumprimento das instituições financeiras.

Os Bancos em território brasileiro, vinculados ao sistema financeiro nacional, após a resolução que institui a política socioambiental, tiveram que implantar suas contribuições em cumprimento sobre tal regulação proporcionalmente ao seu respectivo tamanho e também no que diz respeito aos seus aspectos internos e externos gerando maior eficiência em suas operações, logo, além do fundamento de gerar lucros e solidez financeira deverão estar inseridos de forma mais contundente nas melhorias socioambientais.

Mesmo passando a ser uma obrigação das instituições financeiras, vislumbra-se a oportunidade da agregação de valor à imagem tanto interna como externamente.

Na conjuntura interna, para que os funcionários estejam mais envolvidos, o endomarketing deve ser reforçado utilizando conceitos como o de Mendes (2004), onde afirma que a busca no trabalho é por entendimento e alinhamento, de modo que todos entendam o que e por que fazer e como seus resultados estão relacionados com os demais resultados da empresa.

Neste contexto, cabe aos bancos definir quais as diretrizes e sua participação no cumprimento aos objetivos da regulação socioambiental. Como algo relativamente novo, deverão elencar prioridades e fatores para seguirem de maneira estratégica como forma de atender de maneira eficaz aos anseios da sociedade e do seu corpo funcional, e assim, oportunamente, além de atender à política instituída no país poderão gerar um marketing interno positivo gerando valor relacionado à imagem da instituição.

De forma específica, cabe então perguntar, quais os principais fatores para definir as diretrizes socioambientais da política de responsabilidade socioambiental? Qual a percepção dos funcionários sobre estas diretrizes teoricamente?

O artigo é dividido em referencial teórico, metodologia, resultados e discussão e conclusão. Os resultados e discussões são divididos em Teste KMO e Bartlett, Comunalidades, extração dos fatores e explicação dos fatores, que descrevem seus fundamentos e finaliza com a análise da percepção dos entrevistados e as conclusões.

REFERENCIAL TEÓRICO

Carroll (1999) traz a evolução do conceito da responsabilidade socioambiental das empresas destacando que o início se deu na década de 50, quando Bowen questionou sobre quais responsabilidades os empresários esperam assumir. Na década de 60-70 as empresas passam a tratar o assunto em contexto mais gerencial, inclusive mencionando a responsabilidade socioambiental como um assunto de “postura pública” e ao atender a sociedade e a empresa deve gerar bem estar econômico e social com seus recursos. No período entre 70-80 o mesmo autor (Davis) evoluiu o conceito ao

atrelar a responsabilidade socioambiental ao poder empresarial e cita indicadores ventilando prós e contras de ser socialmente responsável, mas sem abrangência legal.

Carroll (1979) *apud in* Carroll (1999) aborda que os gestores e empresas que se dediquem à responsabilidade socioambiental deveriam ter uma base sobre as definições acerca do assunto, bem como o entendimento e enumeração sobre as questões relevantes e a relação com *stakeholders* e a capacidade de resposta e cita a expectativa da sociedade sobre as organizações em um determinado período de tempo, além de citar que as empresas devem se estruturar para atender demandas para si e para os outros.

Carroll (1983) *apud in* Carroll (1999) propôs que a responsabilidade socioambiental das empresas é composta de quatro partes: econômica, legal, ética e voluntária ou filantrópica. E na década de 90 a conversão ocorrida relacionada com os pilares se transformou em teoria dos *stakeholders*, teoria da ética empresarial, performance social ambiental e cidadania empresarial

Drucker (1984) *apud in* Carroll (1999) relacionou responsabilidade e rentabilidade gerando a ideia de que as empresas deveriam traduzir sua função social em oportunidades comerciais. Ainda em Carroll (1999) foi na década de 80 que surgiram índices para mensurar a responsabilidade socioambiental das empresas por Wood, que havia idealizado alguns índices na década de 70, que tiveram que passar por revisão.

Vilarinho (2009) abordou sobre as questões ambientais e frisou que o Brasil havia sido criticado pela sua política externa principalmente no que diz respeito ao desmatamento da Amazônia e relacionado à preservação ambiental, que vem sendo condicionantes a empréstimos realizados frente a instituições estrangeiras. Sendo assim, o país deve adequar-se às exigências dos potenciais credores gerando uma política racional do seu meio ambiente e superação da pobreza.

Van Bellem (2004) organizou e comparou as possíveis ferramentas para a geração de como avaliar o grau de sustentabilidade de uma empresa. O autor utilizou como método o questionário repassando à uma seleção de especialistas em desenvolvimento apoiados pelo seu histórico e concluindo por

ferramentas como Método da pegada ecológica, painel da sustentabilidade e barômetro da sustentabilidade.

Considerando o aparato posto pelos autores sobre a responsabilidade socioambiental e amparados pelo Banco Central do Brasil, que publicou a resolução CMN nº 4.237 de 25 de abril de 2014 que institui as diretrizes para a política de responsabilidade socioambiental das instituições financeiras do país trazendo como princípios a relevância e proporcionalidade e pressupõe que sua aplicação gere impactos positivos sobre clientes, funcionários e a sociedade em que está inserida os bancos deverão engatilhar um processo de transformação da sociedade iniciando pelo julgamento de quais fatores são os mais importantes para a consolidação no primeiro momento.

Vale frisar a principal justificativa e origem do trabalho, que é ligada à resolução CMN nº 4.237 de 25 de abril de 2014 conectada ao gerenciamento do risco socioambiental, governança e políticas da instituição.

METODOLOGIA

Neste trabalho será aplicada uma análise multivariada de dados, e mais especificamente a técnica utilizada é a análise fatorial.

Melo & Parré (2007) utilizaram a técnica de análise fatorial hierarquizando cidades para gerar um índice de desenvolvimento rural em municípios paranaenses com vistas a contribuir para o aumento da eficiência no agronegócio, e concluiu que os expressivos resultados do setor no Estado não se refletem em todo o espaço rural.

Melo (2007), analisou o desenvolvimento dos municípios do sudoeste paranaense utilizando a mesma técnica de análise fatorial também buscando aferir um índice de desenvolvimento, determinando fatores e hierarquizando municípios e constatou que mais da metade dos municípios da região estudada tem um baixo índice de desenvolvimento.

Chiguty (2005) utilizou a análise fatorial para identificar as principais produtividades médias de diversas culturas importantes dos municípios no Paraná, classificando os municípios levando em consideração pesos, variâncias específicas e o critério de Kaiser. Como diferencial, utilizou análise de clusters em complemento à análise fatorial, fato este que, segundo o autor com a utilização da técnica complementar baseada na distância conseguiu

ajustar melhor o algoritmo. Neste sentido, foi possível mensurar o grau de importância de determinadas culturas conforme as regiões, indicando as culturas mais aptas e até mesmo aquelas que são inaptas.

Pena, Oliveira e Campos (2014) analisaram os padrões de desflorestamento no Estado pelo método de análise fatorial e estimou um índice de desmatamento para o Estado e descaracterizou a pecuária como principal agente de desflorestamento.

Considerando que alguns autores utilizaram o método para geração de um índice e outro para identificar os principais elementos, este trabalho utilizará o pressuposto do não aprofundamento em índices e sim em desvendar os principais itens para apuração da responsabilidade socioambiental sob a ótica interna de uma empresa, no caso um banco estadual, visando alinhamento do corpo funcional e ampliação da percepção do cumprimento de seu papel como agente fomentador do desenvolvimento.

Este trabalho utiliza a análise fatorial (AF), em um conceito claro, Vicini e Souza (2005) define:

“AF é formado por um conjunto de técnicas estatísticas, e possui como objetivo reduzir o número de variáveis iniciais com a menor perda possível de informações. Em outras palavras, pode-se dizer que AF é aplicada à busca de identificação de fatores num conjunto de medidas realizadas sendo que esses fatores identificados por AF são uma descoberta feita pelo pesquisador.”

O trabalho trata-se de um estudo de caso do Banco do Estado do Pará, mais precisamente amparado na política apresentada pela Gerência de Responsabilidade Socioambiental (GERES), que utilizou entrevista com questionário via intranet e site do banco realizada com funcionários e clientes, respectivamente no ano de 2014, porém, neste artigo a abordagem é voltada para a análise dos dados coletados com respostas somente do público interno..

Os fatores determinantes foram gerados pela própria Geres que pesquisou os principais fatores estabelecidos nas políticas de responsabilidade socioambiental dos maiores bancos do país e apurou que os principais fatores que continham nas políticas dos respectivos bancos eram:

- Educação ambiental
- Atendimento à legislação social, ambiental, dentre outras.
- Compromisso com a sociedade e redução das desigualdades;

- Produtos e serviços sustentáveis;
- Critérios ambientais na liberação do crédito
- Compras sustentáveis;
- Comportamento ético e transparente.
- Governança

Os questionários foram direcionados aos entrevistados funcionários do Banco do Estado do Pará por meio de correio eletrônico e foram obtidas 531 respostas que são adotadas como observações no trabalho.

Quanto à forma, as perguntas classificam-se em perguntas de estimação ou avaliação e quanto ao objetivo como perguntas de fato e de opinião. Conforme Marconi & Lakatos (2008), perguntas de estimação ou avaliação consistem em:

“emitir um julgamento através de uma escala com vários graus de intensidade para um mesmo item. As respostas sugeridas são quantitativas e indicam grau de intensidade crescente ou decrescente”.

Posto isto, cabe ressaltar que, nas perguntas realizadas, buscou-se obter sobre cada fator principal, além das perguntas secundárias (como nome, idade, etc) o grau de importância de 1 a 5 sobre a importância de cada elemento em uma política socioambiental.

Na continuidade da análise fatorial, foram executados os testes de correlação, gerando uma matriz, verificando a relação entre as variáveis.

Silva Júnior e Figueiredo Filho (2010) observam que a análise fatorial condensa técnicas para tornar as observações mais facilmente interpretáveis e estudaram como diferentes variáveis podem se resumir a um conjunto de fatores.

A extração de fatores foi realizada pelo método de análise de componentes principais visando obter pelo menos três fatores que gerem uma parcela máxima de variância e o poder de explicação foi dado a partir do método de rotação ortogonal varimax.

O primeiro passo foi aglutinar os dados em planilha eletrônica elencando os entrevistados na primeira coluna e as variáveis na primeira linha, e o resultado da entrevista no cruzamento entre a coluna e linha.

A seguir, com o software SPSS, a planilha foi incluída com os dados obtidos e foram verificados os elementos a seguir:

1.1 Teste KMO: Para verificação da adequação dos dados obtidos, o primeiro passo realizado com o software SPSS foi a obtenção do KMO, coeficiente gerado pelo Teste Kayser-Meyer-Olkin que indica aderência à análise fatorial, em que quanto mais próximo de 1 é melhor.

Conforme Kaysen e Rice (1974) in Andersen & Hebertson (2003) sugerem a interpretação de que o KMO, caso seja acima de 0,9 é melhor. Se for entre 0,8 e anterior a 0,9 é bom, entre 0,6 e 0,8 é médio, entre 0,5 e 0,6 é baixo e abaixo de 0,5 é inaceitável e de acordo com Hair et al (1995) in Souza e Lima (2003) o teste KMO demonstra a adequação da amostra e classifica valores acima de 0,5 como adequada e acima de 0,8 acima da média.

O teste de esfericidade de Bartlett, de acordo com Hair in Souza e Lima (2002) serve para gerar uma matriz de correlações e esta matriz gerada indicará se há correlações significativas ao ponto de que realiza um teste se a hipótese deve ser rejeitada ou não. Logo, neste caso prático, quanto mais próximo de 0,00, a hipótese deve ser aceita.

1.2 Comunalidades: Segundo Artes (1998), “as comunalidades são índices atribuídos às variáveis originais que expressam, em termos percentuais, o quanto da variabilidade de cada variável é explicada pelo modelo de AF estimado.

Corrar, Paulo e Dias Filho (2014) afirmam que a matriz anti imagem indica o poder de explicação dos fatores em cada variável analisada, e os valores abaixo de 0,5 são variáveis que devem ser retiradas por serem muito pequenas e entre 0,5 e 0,7 são explicações razoáveis, e por fim os fatores que melhor explicam estão acima de 0,7. A partir da matriz anti imagem os fatores são transformados em comunalidades.

DEL (2006), extraiu 35 variáveis do censo agropecuário e do mapa de aptidão agrícola de terras e utilizou a análise fatorial para descrever os sete principais fatores que explicaram cerca de dois terços da variância e classificou nove municípios em nove mesorregiões. Nas comunalidades apresentadas no trabalho, descreveu quais tem alto e baixo poder de explicação perante os fatores encontrados e o grau de correlação entre as variáveis.

Da silva, Pena et al. (2015), define as comunalidades como um detalhamento do grau em que cada variável é explicada pelas demais componentes.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

1 Testes KMO e Bartlett

O KMO apresentado na geração dos resultados foi $KMO=0,926$, que por ser maior do que 0,9 e próximo de 1, sugere alta aderência ao método de análise fatorial utilizado, elucidando uma convergência parcial entre os dados, o que sugere que o tratamento de dados no método da análise fatorial está adequado.

O teste de esfericidade de Bartlett obteve o valor 0,00, e como não ultrapassou 0,05, o que indica que a correlação entre os indicadores foi alta e a tendência a seguir com a análise fatorial é confirmada pelo possível grau de correlação entre os fatores.

Teste de KMO e Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,926
Teste de esfericidade de	Aprox. Qui-quadrado	2938,052
Bartlett	df	28
	Sig.	,000

2 Comunalidades

Ao analisar as comunalidades, o maior fator de explicação foi o de governança (93%) seguido de compras sustentáveis (85,1%), critérios ambientais (84,6%), produtos e serviços sustentáveis (83,8%) educação ambiental (77,9%), compromisso com a sociedade (77,7%) e atendimento à legislação (72,2%). Logo, todos os fatores contribuíram com carga fatorial significativa.

Comunalidades

	Inicial	Extração
[Educação ambiental]	1,000	,779
[Governança]	1,000	,936
[Atendimento à legislação social, ambiental, dentre outras]	1,000	,722
[Compromisso com a sociedade e redução das desigualdades]	1,000	,778
[Produtos e serviços sustentáveis]	1,000	,838
[Critérios ambientais na liberação do crédito]	1,000	,846
[Compras sustentáveis]	1,000	,851
[Comportamento ético e transparente]	1,000	,777

Método de Extração: Análise de Componente

Principal.

3 Extração dos fatores

Na extração dos fatores, conforme a variância total, foram aglutinados três principais componentes com 81,5% de explicação, sendo o primeiro componente concentrado em 32,65%, o componente 2 com 30,2% e o ultimo componente com 18,65%.

Na organização dos fatores em componentes, foram entendidos e



separados conforme a lógica dos fatores. No componente 1, chamado de ético ambiental inclui: educação ambiental, atendimento à legislação, compromisso e redução das desigualdades e comportamento ético e transparente.

No componente dois, nomeado de responsabilidade socioambiental, estão englobados os fatores produtos e serviços sustentáveis, critérios ambientais na liberação do crédito e compras sustentáveis.

O Componente 3 ficou governança isoladamente.

A nomenclatura dos componentes foi dada a partir das informações que os mesmos representam quando combinados, de maneira que possam sintetizar e explicitar os fatores.

Foi gerada a matriz de componente rotativa no modelo de análise de componente principal e foi aplicado o método de rotação varimax com

normalização de kaiser. A partir daí os fatores foram enquadrados nos seus respectivos componentes conforme sua carga fatorial.

Matriz de componente rotativa^a

	Componente		
	1	2	3
[Educação ambiental]	,722	,215	,459
[Governança]	,243	,270	,897
[Atendimento à legislação social, ambiental, dentre outras]	,591	,362	,491
[Compromisso com a sociedade e redução das desigualdades]	,738	,444	,189
[Produtos e serviços sustentáveis]	,568	,702	,149
[Critérios ambientais na liberação do crédito]	,299	,831	,258
[Compras sustentáveis]	,305	,821	,288
[Comportamento ético e transparente]	,795	,341	,171

Método de Extração: Análise de Componente Principal.

Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.^a

Após a rotação varimax na matriz rotacionada ocorreu a geração da matriz de transformação de componente gerando uma correlação entre os mesmos, valendo destacar que a maior correlação houve entre os componentes 2 e 3.

Matriz de transformação de componente

Componente	1	2	3
1	,657	,618	,431
2	,140	-,662	,736
3	-,740	,424	,522

Método de Extração: Análise de Componente Principal.

Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.

Foram também interpretadas as correlações entre as variáveis pela matriz de correlações valendo destacar a correlação de 75,1% entre compras sustentáveis e produtos e serviços sustentáveis e de 74,7% entre compras sustentáveis e produtos e serviços sustentáveis. Produtos e serviços sustentáveis e compromisso com a sociedade e redução de desigualdades obteve a terceira melhor correlação com 72,6% e na quarta posição, 72,3% entre produtos sustentáveis e critérios ambientais na liberação do crédito.

4 Explicação dos fatores

Foi verificada então a possibilidade da interpretação dos fatores criados, sendo o primeiro fator denominado ética-ambiental, o segundo responsabilidade socioambiental e governança.

O fator ética-ambiental explicou 33,65% da variância total explicada que é de 81,58%.

4.1 Educação Ambiental: Este fator representa ações que devem ser levadas à conscientização da preservação e sustentabilidade do meio ambiente e compõe o que concerne ao ambiente e estas ações são bem amplas e variam desde conhecimentos através do marketing ou cursos, palestras e outras formas de esclarecimento aos clientes e aos funcionários.

4.2 Atendimento à legislação social, ambiental dentre outras: este fator é básico à qualquer empresa, mas a comunicação aos clientes e aos funcionários caracteriza como uma empresa confiável, logo, é necessário informar ao público as ações tomadas no intuito de aumentar a confiabilidade por mais que seja um fator básico.

4.3 Compromisso e redução das desigualdades: este fator deve também consolidar o banco na direção de ações de crédito e sócio-desenvolvimento, pois trata-se da essência de um banco, que é o crédito, que deve ser justo e chegar às classes menos favorecidas no intuito de fomentar o local em que se encontra inserido e participar de ações que contribuam com a redução das desigualdades, e como exemplo, podemos citar a abertura de novas agências em locais menos amparados ou ainda ampliação do acesso ao crédito.

4.4 Comportamento ético e transparente: agir de forma ética e transparente nas ações da empresa dá maior clareza ao futuro e às pretensões da empresa enquanto posicionamento em ramo, norteando os investidores e

stakeholders em geral sobre os rumos da empresa no mercado que atua, gerando à empresa maior solidez e admiração dos consumidores internos e externos.

4.5 Produtos e Serviços Sustentáveis: o oferecimento de produtos sustentáveis ao público dá a percepção de que o banco está realmente inserido no contexto da mudança local e mundial do mundo em negócios que são economicamente viáveis, socialmente benéficos e ambientalmente corretos, por isto, tanto patrocínios como produtos voltados para este fim são bem vindos aos olhos do consumidor com tendência ao aumento da satisfação, conforme este artigo, especialmente no que se refere ao público interno.

4.6 Critérios ambientais na liberação do crédito: a adoção de critérios desta natureza tem a função principal de incorrer em bônus sobre os que cumprem a legislação ambiental ou ainda, tem preocupação de maneira que venha a preservar o meio ambiente e utilize crédito voltado à sustentabilidade do negócio utilizando o crédito de forma que não agride o meio ambiente principalmente de forma comparativa dentro do seu rol de negócios.

4.7 Compras sustentáveis: Como praticamente todas as empresas, o banco conta com diversos fornecedores, e a indução de critérios sustentáveis para seleção de fornecedores deve ser conduzida de forma que estes se preocupem minimamente em obedecer as variáveis ambientais corretas e sejam realizadas compras de vendedores certificados, ou se não for o caso, de compra de equipamentos que se preocupem com menor geração de danos ambientais ou ainda, em casos inevitáveis, promovam compensações ambientais.

4.8 Governança: Apesar de ser um fator que deve ser obrigatório em todas as instituições, a interpretação sobre este fator é que devem ser direcionados recursos também para que haja divulgação de que estas ações estão sendo realizadas e que a empresa tenha um posicionamento claro de onde quer chegar e qual a inserção do cliente e dos funcionários neste contexto. No banco, assim como em outras instituições, há participação nos resultados, logo, este se torna um dos principais fatores devido ser o que mais interfere na recompensa dos colaboradores, logo, o comportamento ético e transparente é relevante para que o banco garanta a certeza que está seguindo o do rumo do crescimento.

Análise da percepção dos entrevistados

A percepção é que os entrevistados dentre os principais elementos apresentados sentem a falta de maiores informações sobre o rumo da empresa, equacionado pelo aspecto social próprio, e surge a hipótese de que o fato esteja ligado à própria essência da empresa, em que admite candidatos por meio de concurso público, logo, de pessoas que buscam estabilidade, e também dentro da empresa é perceptível que o fator governança está associado ao fato de terem conhecimento e a certeza de que a empresa caminha no sentido de ser mais sólida, que gere maior remuneração e que esteja agindo de forma correta elevando o orgulho em trabalhar na empresa.

A responsabilidade ambiental vem sendo frequente alvo dos meios de comunicação no sentido de elucidar ao espectador a necessidade de engajamento coletivo na busca da transformação do meio ambiente para preservar as futuras gerações e garantir a preservação dos recursos. O envolvimento da empresa em que trabalham podem embutir a ideia de que estão contribuindo para que negócios sustentáveis estejam sendo apoiados e não atrelados à danos ambientais, além de serem novas possibilidades comerciais.

A questão ética ambiental emerge na mistura de elementos da mudança na vida de pessoas e de conformidade da empresa. A impressão é de que há um conforto ao saber que a empresa em que trabalham cumpre minimamente o que é exigido juridicamente e de que não haverá desperdício de recursos em multas e indenizações desnecessárias, logo, culmina assim como outros fatores, no maior rendimento de resultados traduzidos em recursos financeiros direcionados aos funcionários. Além disso, acreditam que a educação e redução de desigualdades também podem ser elementos que auxiliem na melhora das pessoas do planeta, e que possam ser referência enquanto relação e fidelização com seus clientes além da busca pelo reconhecimento da sociedade como um todo.

Conclusão

A primeira conclusão do trabalho é que Mendes 2004 estava correto ao inferir que a busca no trabalho é por entendimento e alinhamento além da percepção de que estão participando dos resultados da empresa e no caso do trabalho, conforme o fator governança obteve o maior aumento da explicação, entende-se que a participação do funcionário deve ser percebida aos resultados da empresa e também deve haver reflexos na sua recompensação financeira.

Outro ponto importante a se concluir é que, os fatores estudados no trabalho levaram a crer que são fundamentais na composição das diretrizes para formulação de uma política socioambiental de uma instituição financeira.

Porém, as pesquisas devem evoluir sob a ótica dos clientes também, considerando que estão no cerne da razão de vida de uma empresa.

Carrol (1999) continua atual em sua ideia sobre os componentes principais da responsabilidade socioambiental, e desta vez pode-se inclusive atribuir uma possível mudança ligando os três fatores gerados no trabalho, no caso: governança, ético-ambiental e responsabilidade socioambiental em seus conceitos mais atuais.

Estrategicamente, continua sendo imprescindível a responsabilidade socioambiental em oportunidades comerciais, entretanto, podemos ressaltar a ótica da produtividade no trabalho, pois a partir do endomarketing gerado, há tendência de maior envolvimento dos funcionários sobre o tema além de geração de novos negócios ambientais e sociais.

É perceptível na análise da percepção sobre os entrevistados que ações relacionadas ao impacto da remuneração dos funcionários, que gerem impactos ambientais positivos e que proporcionem benefícios sociais à comunidade devem ser as principais ações a serem tomadas para que seja feito um marketing positivo interno. Posto isto, sugere-se que um percentual recursos financeiros disponíveis sejam direcionados conduzindo ações relacionados à esses fatores durante o ano civil principalmente para aferir empiricamente a teoria gerada a partir de entrevistas e análise multivariada.

Embasados pelo estudo, podemos concluir que os fatores citados podem servir de pilar à quaisquer instituição bancária adotando como norteadores de sua política de responsabilidade socioambiental, podendo inclusive servir

também de orientação aos órgãos reguladores como cobrança para formar políticas voltadas ao desenvolvimento de instituições com movimentos cíclicos de aperfeiçoamento da política em questão.

Para continuidade ao trabalho, é importante para complemento aferir quais os principais fatores de responsabilidade socioambiental do ponto de vista dos clientes, que em tendência deverão ter alta correlação com os fatores apresentados neste estudo, para aí sim termos uma política mais abrangente e concisa, sem deixar de lado as sugestões de atualização técnica conforme os especialistas, exercendo avaliações cíclicas da respectiva política.

REFERENCIAS

ANDERSEN, Torben M.; HERBERTSSON, Tryggvi Thor. Measuring globalization. 2003. IZA Discussion Paper nº 817. 2003

ARTES, Rinaldo; BARROSO, L. P. Aspectos estatísticos da análise fatorial de escalas de avaliação. **Revista de Psiquiatria Clínica**, v. 25, n. 5, p. 223-228, 1998.

CARROLL, Archie B. Corporate social responsibility evolution of a definitional construct. **Business & society**, v. 38, n. 3, p. 268-295, 1999.

DA SILVA, André Henrique Lobato; PENA, Heriberto Wagner Amanajás; DE SOUZA, Isabelle Cristina Moraes. ANÁLISE MULTIVARIADA E A IDENTIFICAÇÃO DOS FATORES CAUSADORES DO DESFLORESTAMENTO NO XINGU NO ESTADO DO PARÁ, AMAZÔNIA ORIENTAL. **Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible. ISSN**, v. 1988, p. 5245, 2015.

DEL, Rafael Fuentes Llanillo¹ Mauro Eduardo et al. Regionalização da agricultura do Estado do Paraná, Brasil. **Ciência Rural**, v. 36, n. 1, 2006

KAISER, Henry F.; RICE, John. Little Jiffy, Mark IV. **Educational and psychological measurement**, 1974

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia de pesquisa. 2008.

MELO, Cármem Ozana de; PARRÉ, José Luiz. Índice de desenvolvimento rural dos municípios paranaenses: determinantes e hierarquização. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 45, n. 2, p. 329-365, 2007.

MELO, Carmem Ozana. ÍNDICE RELATIVO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SÓCIO DOS MUNICÍPIOS DO REGIÃO SUDOESTE PARANAENSE. **Análise Econômica**, v. 25, n. 48.

MENDES, Regina Stela Almeida Dias. Endomarketing como ferramenta de comunicação com o público interno. **Universidade Federal de Juiz de Fora**, 2004.

PENA, Heriberto Wagner Amanajás et al. Análise Multivariada E Identificação Dos Padrões De Desflorestamento No Estado Do Pará-Amazônia-Brasil, 2000 Á 2009. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, n. 2011-08, 2011.

SOUZA, Paulo Marcelo de; LIMA, João Eustáquio de. Intensidade e dinâmica da modernização agrícola no Brasil e nas Unidades da Federação. **Revista Brasileira de Economia**, v. 57, n. 4, p. 795-824, 2003.

STANWICK, Peter A.; STANWICK, Sarah D. The relationship between corporate social performance, and organizational size, financial performance, and environmental performance: An empirical examination. **Journal of business ethics**, v. 17, n. 2, p. 195-204, 1998.

VAN BELLEN, Hans Michael. Desenvolvimento sustentável: uma descrição das principais ferramentas de avaliação. **Ambiente & Sociedade**, v. 7, n. 1, p. 67-88, 2004.

VILARINHO, Carlyle RO. O Brasil e o Banco Mundial diante da questão ambiental. **Perspectivas: Revista de Ciências Sociais**, v. 15, n. 1, 2009.

BRASIL. Resolução CMN nº 4.237/2014. Dispõe sobre as diretrizes que devem ser observadas no estabelecimento e na implementação da Política de Responsabilidade Socioambiental pelas instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.

VICINI, Lorena; SOUZA, Adriano Mendonça. Análise multivariada da teoria à prática. **Santa Maria: UFSM, CCNE**, 2005.