

EMPRESAS

PESQUISA

Redes sociais também são populares na terceira idade

O uso das redes sociais não é uma exclusividade das pessoas com menos de 40 anos. Mais de 25% dos americanos com 50 anos ou mais se mantêm conectados a sites como Facebook, Twitter e MySpace, de acordo com uma pesquisa realizada nos Estados Unidos. E mais de metade dos adultos com idade entre 50 e 64 anos se declaram bons conhecedores da internet.



PARCERIA

Fujitsu e Toshiba negociam fusão em celulares

A Fujitsu e a Toshiba estão em negociações para unir seus negócios de telefonia celular, afirmaram fontes das duas empresas, em uma operação que pode criar a segunda maior fabricante de celulares do Japão, mercado que enfrenta forte desaceleração. O acordo permitirá às duas empresas de eletrônicos dividirem os pesados custos de desenvolvimento de telefones em um mercado tecnologicamente mais avançado.

Sustentabilidade ao alcance do Santander, BB e Itaú Unibanco

Modelo é vantagem competitiva e prevê concessão de crédito, fundos responsáveis e compromisso com o meio ambiente

Martha San Juan França

mfranca@brasileconomico.com.br

Para começar, a boa notícia: critérios como a exigência de retornos sustentáveis para a concessão de crédito e o compromisso com o meio ambiente estão hoje tão disseminados que se tornaram uma espécie de nova esfera de competição entre os grandes bancos brasileiros. Hoje, essas instituições colocam como seu diferencial os fundos de investimento responsáveis para quem é referência em práticas socioambientais.

Um dos pioneiros nessas práticas, Fábio Barbosa, presidente do Grupo Santander, lembra que o mercado evoluiu muito nesse sentido e algumas empresas estão mais avançadas do que outras. “É um processo sem volta, quanto mais organizações aderirem, sejam concorrentes ou não, melhor para todos”, diz.

Para o consultor Alexandre Hernandez, gerente de projetos da consultoria Key Associados, de sustentabilidade, “hoje, todos os grandes bancos fazem a análise do risco socioambiental antes de aprovar um financiamento”. Hernandez enumera entre os diferenciais que já se tornaram rotina dos bancos: a adoção dos Princípios do Equador, que estabelecem boas práticas socioambientais como condição para o financiamento de projetos acima de US\$ 10 milhões; o microcrédito produtivo e os produtos financeiros atrelados a ações de organizações não governamentais.

Papel indutor

“É uma tendência que começou com os Princípios do Equador em 2004 e tende a crescer”, afirma Victorio Mattarozzi, sócio-diretor da consultoria Finanças Sustentáveis. “É isso que é muito bom porque os bancos têm papel indutor de práticas de sustentabilidade nos negó-



Hoje, todos os grandes bancos fazem a análise do risco socioambiental antes de aprovar um financiamento

Alexandre Hernandez,
gerente de projetos da
consultoria Key Associados

cios e quando incorporam esses critérios na concessão de crédito induzem os clientes a melhorarem as suas práticas.”

Esse esforço parece estar sendo reconhecido internacionalmente. O Itaú Unibanco foi considerado, pela segunda vez, a instituição financeira mais sustentável de todos os mercados emergentes e da América Latina com o prêmio Financial Times Sustainable Awards. E o relatório de sustentabilidade 2008 do Banco do Brasil foi escolhido para receber o prêmio Global Reporting Initiative (GRI) Readers Choice Awards 2010, pela organização internacional responsável pelo padrão mais utilizado no mundo. O Bradesco, por sua vez, ganhou o prêmio como relatório mais eficaz da mesma organização.

Crítérios restritos

Os especialistas avaliam, no entanto, que as instituições ainda têm muito a fazer para aumentar a eficiência dessa estratégia. Mattarozzi lembra que são poucas as companhias que incentivam os pequenos investidores a buscarem tecnologias mais limpas, redução das emissões de carbono, seguro ambiental e até construções sustentáveis. “No Brasil, os produtos bancários que estimulam práticas sustentáveis são restritos”, afirma.

Para ele, a falta dessas ações é um dos motivos que levam os clientes a desconhecem o papel dos bancos como indutores de melhoria socioambientais. “Até mesmo o conceito de sustentabilidade ainda não é muito claro para a população em geral”, diz.

Para Alexandre Hernandez, é preciso investir na capacitação dos funcionários como multiplicadores desses conceitos. “Os órgãos reguladores podem ajudar”, afirma. “Se cada empresa quiser trabalhar sozinha, o caminho é mais longo.” ■



ESTRATÉGIA**Disney e News Corporation querem ganhar com futebol depois da Copa**

O futebol, esporte mais popular do mundo, está por fim ganhando espaço na televisão dos Estados Unidos. A News Corporation e a Walt Disney estão fazendo grandes apostas na crescente popularidade das ligas europeias de futebol nos Estados Unidos. As empresas consideram que isso seja uma forma de cobrar taxas de afiliação aos distribuidores de TV a cabo e atrair a audiência masculina, cobijada pelos anunciantes.

Haruyoshi Yamaguchi/Bloomberg

**AQUISIÇÃO****Western Digital adquire operações da japonesa Hoya por US\$ 235 milhões**

A empresa, que atua com soluções de armazenamento, adquiriu operações da Hoya Corporation e Hoya Magnetics Singapore por aproximadamente US\$ 235 milhões. O acordo inclui instalações, equipamentos, propriedade intelectual e capital de giro das operações de pulverização catódica (sputtering) de mídia da Hoya e também itens de pesquisa e desenvolvimento da Hoya em Nagasaki, Japão.

Murillo Constantino

Fábio Barbosa, presidente do Santander, diz que o retorno financeiro é difícil de medir porque não se trata de um projeto, e sim de um conceito

COMPROMETIMENTO**2005**

Bovespa lança o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). Grandes bancos aprimoram linhas de financiamento com critérios socioambientais.

GESTÃO**2007**

Serasa lança Relatório de Responsabilidade Ambiental para medir as práticas de gestão ambiental das empresas. BM&F faz 1º leilão de crédito de carbono.

CRÉDITO VERDE**2008**

Bancos privados e públicos federais aderem ao Protocolo Verde, que vincula a concessão de crédito ao atendimento de critérios socioambientais.

MUDANÇAS CLIMÁTICAS**2009**

BMF&Bovespa e BNDES anunciam a criação do Índice Carbono Eficiente, que mede a eficiência na redução das emissões das empresas de capital aberto.

SITUAÇÃO ATUAL**2010**

Quase uma década depois das primeiras medidas de promoção da sustentabilidade, o compromisso com o ambiente torna-se política dos bancos.

ENTREVISTA FÁBIO BARBOSA Presidente do Grupo Santander**“Mercado ainda tem de aprimorar ações”**

Para o executivo, o apoio a ideias e projetos socioambientais é um dos papéis dos bancos. Quanto mais fizerem isso, melhor para todos

Um dos pioneiros na incorporação de estratégias socioambientais à política financeira, o presidente do Santander, Fábio Barbosa, avalia que esse modelo deve ser adotado por cada vez mais organizações, mesmo que o resultado e o conceito sejam difíceis de serem mensurados.

Quando o senhor começou com as políticas de sustentabilidade, elas eram uma novidade. Hoje, todos os bancos têm ações socioambientais. Este é um diferencial?

O mercado tem muito a evoluir para aprimorar suas ações nesse aspecto. É claro que há algumas empresas mais avançadas e outras menos, mas o importante neste processo não é buscar um diferencial competitivo. Quanto mais organizações aderirem, concorrente ou não, melhor para todos.

Existe “marketing verde” por parte dos bancos?

Uma questão muito importante nesta variável é a coerência entre o que é dito e o que é feito. No caso do Santander, o conceito que permeia nossa atuação é a sustentabilidade, que é mais amplo do que responsabilidade ambiental. Por isso, não falamos em marketing verde ou em ser um banco verde. Mas acho natural que a responsabilidade ambiental seja objeto da comunicação de grandes empresas, independentemente do setor, porque contribui para disseminar a consciência sobre o tema e do ponto de vista de algumas instituições, ajuda a aumentar a atratividade da marca.

É possível aferir as vantagens financeiras dos critérios socioambientais aos bancos?

É muito difícil mensurar o retorno financeiro. Primeiro porque esse não é um projeto, mas um conceito, um valor da organização; está espalhado por todas as áreas e extrapola nossas fronteiras: alcança de forma ampla a cadeia produtiva, que inclui fornecedores, colaboradores e clientes. De qualquer maneira, podemos dizer que temos convicção no modelo que adotamos e que ele é

“

Temos percebido que as empresas que mais pontuam na questão social e ambiental são as que apresentam o melhor desempenho financeiro. Não é uma coincidência

parte importante dos nossos resultados, tanto financeiros quanto sociais. Temos percebido também que as empresas que melhor pontuam na questão social e ambiental são as que apresentam o desempenho financeiro melhor. Não é coincidência.

A sustentabilidade é um conceito bem compreendido pelas empresas que procuram as linhas de crédito do banco?

Algumas empresas são bem familiarizadas com o tema, mas de uma maneira geral todos ainda temos de evoluir. Como a jornada em direção ao desenvolvimento sustentável é algo que não se realiza sozinho, procuramos ao longo dos anos desenvolver a cultura colaborativa dentro e fora do banco para compartilhar, disseminar e apreender experiências.

Como os bancos ajudam a economia sustentável?

O principal papel dos bancos é o de promotor do desenvolvimento da sociedade. Isso acontece, por exemplo, pela oferta de crédito e o estímulo ao empreendedorismo. Quanto mais os clientes souberem usar crédito, melhor será para todos. Outra forma de contribuir é apoiar projetos e ideias dentro deste modelo de sustentabilidade, com financiamentos ou patrocínio. ■



PODER JUDICIÁRIO
JUSTIÇA FEDERAL DE 1º GRAU
SEÇÃO JUDICIÁRIA DE MINAS GERAIS – 27ª VARA

EDITAL DE CITAÇÃO
(PRAZO DE 30 DIAS)

AÇÃO DE EXECUÇÃO DIVERSA POR TÍTULO EXTRAJUDICIAL Nº 2007.38.00.027951-3, movida pela CAIXA DE FINANCIAMENTO IMOBILIÁRIO DA AERONÁUTICA – CFIAE contra ROGÉRIO LUIZ TEOTÔNIO E OUTRO. Por estarem em lugar incerto e não sabido, ficam CITADOS, pelo presente Edital, os executados ROGÉRIO LUIZ TEOTÔNIO, CPF 518.258.726-00 e ROSILENE DOS SANTOS CASTRO TEOTÔNIO, CPF 426.652.486-20, para pagar, no prazo de 24 horas, o valor das prestações e encargos em atraso, no importe de R\$ 31.086,00, ou depositar o valor do saldo devedor, totalizando R\$ 36.177,96, calculados em 01/2008, sob pena de penhora do imóvel hipotecário (art. 4º, caput, da Lei 5.741/71). A sede deste juízo está situada em Belo Horizonte/MG, na Rua Santos Barreto, nº 161, 11º andar, Bairro Santo Agostinho. Belo Horizonte, 30 de abril de 2009. Eu, Glaura Maria Villela Barbosa de Oliveira, Diretora de Secretaria, conferi e subscrevo este Edital, o qual vai devidamente assinado pelo MM. Juiz Federal.

EDUARDO MORAIS DA ROCHA
Juiz Federal da 27ª Vara