



MARKETING E SUSTENTABILIDADE NO BANCO DO BRASIL: uma revisão bibliográfica

ELENICE DE ABREU OLIVEIRA; YANCA MARIA TAVARES RODRIGUES; DALTON MELO MACAMBIRA

INTRODUÇÃO: Atualmente, é cada vez mais frequente a discussão sobre a importância de cuidar melhor do meio ambiente. É nesse contexto que as organizações exercem um importante papel, uma vez que conhecem a voz e desejos dos seus consumidores. Nesse cenário, a sustentabilidade aparece como uma ferramenta estratégica utilizada pelas empresas para alcançarem o desenvolvimento sustentável e conquistarem a confiança da clientela. **OBJETIVOS:** Analisar como o Banco do Brasil utiliza a sustentabilidade como um recurso de marketing. Tendo como objetivos específicos: entender a aplicabilidade da responsabilidade social pelo banco e verificar como a instituição financeira utiliza a responsabilidade social como ferramenta de marketing ambiental. **METODOLOGIA:** A abordagem metodológica utilizada foi qualitativa e apresentou caráter descritivo. O levantamento de dados realizou-se mediante pesquisa bibliográfica. **RESULTADOS:** O Banco do Brasil utiliza estratégias de marketing para chamar a atenção dos seus usuários, como por exemplo, o “Todo Seu”, se direcionando ao cliente em 2ª pessoa para fazer essa aproximação com o seu público e “Banco do Brasil BOMPRATODOS”, que visa fortalecer o seu compromisso com o crescimento econômico na perspectiva da sustentabilidade ambiental. Além disso, apresenta programas no portal do BB voltados para o desenvolvimento sustentável, a saber: Programa Água Brasil, BB Biodiesel, BB Produção Orgânica e Programa BB Florestal, dentre outros. A instituição financeira também apresenta 10 compromissos de longo prazo em sustentabilidade, divididos em três eixos: 1) Negócios sustentáveis - fomento à energia renovável, incentivo à agricultura sustentável, fomento ao empreendedorismo, ampliação da eficiência estadual e municipal; 2) Investimento responsável - ampliação dos investimentos ASG, originação de títulos sustentáveis; 3) Gestão ASG - aumento do cuidado ambiental, valorização da diversidade, ampliação da maturidade digital e contribuição à sociedade. O Banco do Brasil atualizou o Plano de Sustentabilidade - Agenda 30 BB 2021-2023, com a finalidade de promover a sustentabilidade ambiental da instituição, além de buscar atingir os compromissos com os objetivos globais da sociedade. **CONCLUSÃO:** A pesquisa permitiu constatar que o Banco do Brasil utiliza o marketing como uma ferramenta estratégica para alcançar a sustentabilidade ambiental e assim, conquistar a confiança dos seus clientes.

Palavras-chave: **MARKETING AMBIENTAL; RESPONSABILIDADE SOCIAL; CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA; INSTITUIÇÃO FINANCEIRA; MEIO AMBIENTE**