



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AMBIENTE, TECNOLOGIA E
SOCIEDADE

**GESTÃO SOCIOAMBIENTAL EM MICRO E PEQUENAS
INDÚSTRIAS DE PAU DOS FERROS-RN**

FRANCISCO CLEITON DA SILVA PAIVA

Mossoró/RN
Fevereiro de 2016

FRANCISCO CLEITON DA SILVA PAIVA

**GESTÃO SOCIOAMBIENTAL EM MICRO E PEQUENAS INDÚSTRIAS DE PAU
DOS FERROS-RN**

Dissertação apresentada à Universidade Federal Rural do Semi-Árido – UFERSA, Campus de Mossoró, como parte das exigências para a obtenção do título de Mestre em Ambiente, Tecnologia e Sociedade.

Linha de Pesquisa: Desenvolvimento e Sustentabilidade de Organizações e Comunidades no Semi-Árido.

Orientadora: Prof^a. Dra. Lílian Caporlândia Giesta.

Mossoró-RN
Fevereiro de 2016

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do(a) autor(a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996, e Direitos Autorais Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data da defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu(a) respectivo(a) autor(a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
BIBLIOTECA CENTRAL ORLANDO TEIXEIRA - CAMPUS MOSSORÓ
Setor de Informação e Referência

P142g Paiva, Francisco Cleiton da Silva.

Gestão socioambiental em micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN / Francisco Cleiton da Silva Paiva. - Mossoró, 2016.
135f: il.

Orientador: Profª. Dra. Lilian Caporlândia Giesta

Dissertação (MESTRADO EM AMBIENTE, TECNOLOGIA E SOCIEDADE) - Universidade Federal Rural do Semi-Árido. Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

1. Gestão ambiental. 2. Sustentabilidade. 3. Responsabilidade socioambiental. 4. Micro e pequenas empresas. 5. Pau dos Ferros/RN. I. Título

RN/UFERSA/BOT/024

CDD 658.4083

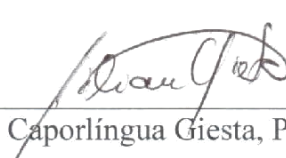
FRANCISCO CLEITON DA SILVA PAIVA

**GESTÃO SOCIOAMBIENTAL EM MICRO E PEQUENAS INDÚSTRIAS DE PAU
DOS FERROS-RN**

Dissertação apresentada à Universidade Federal Rural do Semi-Árido – UFERSA, Campus de Mossoró, como parte das exigências para a obtenção do título de Mestre em Ambiente, Tecnologia e Sociedade.

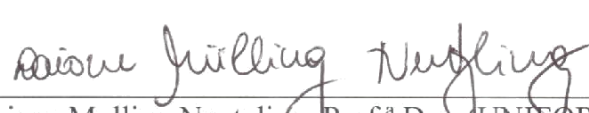
Aprovada em: 29/02/2016.

BANCA EXAMINADORA



Lílian Caporlúgua Giesta, Prof.^a Dra. (UFERSA)

Presidente e Orientadora



Daiane Mulling Neutzling, Prof.^a Dra. (UNIFOR)

Membro Examinador Externo à Instituição



Yákara Vasconcelos Pereira Leite, Prof.^a Dra. (UFERSA)

Membro Examinador Externo ao Programa

Dedico este trabalho a todas as pessoas que nunca tiveram a oportunidade de estudar.

“Entrega o teu caminho ao Senhor; confia nele, e ele o fará.”

(Salmos 37:5)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, primeiramente, pela vida, por tudo que tem feito por mim e todas as oportunidades que tem me dado.

À minha Orientadora, Professora Dra. Lílían Caporlínua Giesta, por ter me orientado e sempre ter estado disponível, presencialmente ou à distância, para dirimir todas as minhas dúvidas com seu enorme conhecimento. Aprendi muito com a mesma e tenho certeza que todos os instantes ao seu lado foram enormemente aproveitados, sem os quais, este trabalho, certamente não seria possível.

A todos os professores ao longo do cumprimento das disciplinas do Mestrado, por todo conhecimento transmitido. Cada um, ao seu modo, foi responsável por grande parte do que aprendi. De modo especial, agradeço à Professora Dra. Elisabete Stradiotto, pelo conhecimento repassado e também pela sempre disposição em ajudar, e também à Professora Dra. Karla Demoly, por toda sabedoria e carinho com que sempre conduziu suas aulas.

Aos meus colegas e amigos de turma (PPGATS 2014), pela convivência e aprendizado conjunto, pelo carinho, pelas brincadeiras e por todos os momentos especiais que passamos ao longo do curso. De modo especial, agradeço a minha grande amiga Abigail Jéssica, que o destino não se cansou de nos colocar perto um do outro, seja nos anos que trabalhamos juntos como colegas em Pau dos Ferros-RN, seja agora como colegas de trabalho na UFERSA e também como colegas de Mestrado. Agradeço também à minha colega de mestrado e também de orientadora, Ana Paula, que compartilhou alegrias e angústias parecidas ao longo de todo curso. E ao colega Arrilton Carlos, que juntamente com Abigail, formamos o “Trio do Sucesso”, companheiros de trabalhos e de risadas durante todo o curso.

Aos meus pais, que sempre me apoiaram em todas as situações e em todas as decisões ao longo da minha vida, e que sempre fizeram todo esforço para que eu pudesse alcançar todos os meus objetivos.

A todos os meus amigos e amigas que sempre torceram por mim e que depositaram toda confiança ao longo da minha trajetória. De modo especial, ao meu compadre e amigo-irmão Narcélio Cavalcante, por estar do meu lado em todos os momentos.

À Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA) por toda oportunidade me dada.

A todos os meus professores ao longo da minha trajetória estudantil, sem os quais não teria chegado onde cheguei, nem aonde vou chegar, se Deus quiser.

GESTÃO SOCIOAMBIENTAL EM MICRO E PEQUENAS INDÚSTRIAS DE PAU DOS FERROS-RN

RESUMO

O presente estudo teve o objetivo de analisar a percepção de gestores de micro e pequenas indústrias da cidade de Pau dos Ferros-RN acerca de práticas socioambientais. Para tanto, buscou-se verificar se essas empresas fazem uso de gestão socioambiental, e, ao mesmo tempo, identificar suas práticas e apontar as motivações, entraves e oportunidades para sua implantação. Pretende-se também descrever as consequências negativas e positivas percebidas por alguns gestores a partir das práticas socioambientais existentes, bem como identificar seus conhecimentos a respeito do tema. O trabalho traz uma abordagem teórica sobre Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável, Gestão Ambiental e Responsabilidade Socioambiental a partir de autores como Boff (2012), Elkington (2012), Barbieri (2011), Dias (2011), Donaire (2013), Aligleri *et. al.* (2009), Nascimento, Lemos e Mello (2008), Tachizawa e Andrade (2012) e Sachs (2009), dentre outros, tendo em vista a problematização dos aspectos relativos às práticas de gestão socioambiental nas empresas objeto da pesquisa. Também foram abordados aspectos teóricos a respeito das Micro e Pequenas Empresas, aspectos específicos relacionados à atividade industrial e à gestão socioambiental ligada a esse segmento empresarial, a partir de autores como Resnik (1990), Ferronato (2011), Farias e Teixeira (2002), Andrade (2002), além de obras publicadas por instituições como Sebrae, Firjan e IPEA, que subsidiaram essa parte do trabalho. Nessa perspectiva, este estudo está classificado quanto à sua natureza como pesquisa qualitativa; quanto aos objetivos da pesquisa, definida como descritiva; e, quanto ao objeto, é considerada uma pesquisa de campo. Como instrumento de coleta de dados foram realizadas entrevistas com vinte e quatro (24) gestores das micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN, abordando a Gestão Socioambiental em suas empresas a partir de suas percepções, e, em seguida, uma análise interpretativa, com base nos dados obtidos. A pesquisa mostrou que todos os entrevistados têm a noção sobre a importância do meio ambiente e que a maioria deles desenvolvem algumas práticas ambientais, principalmente voltadas à economia de energia e água, alguns realizando reaproveitamento de materiais. As ações voltadas sociais são escassas, não estando relacionadas diretamente à estratégia socioambiental da empresa. Grande parte não considera difícil investir ou desenvolver ações socioambientais, embora compreenda que isso requer incentivos dos Governos, o que não ocorre com nenhuma das empresas entrevistadas. Os gestores, em sua maioria, entendem que ações socioambientais resultam em impactos positivos para as empresas, como redução de custos, melhoria de imagem diante do mercado, aumento da competitividade e das suas vendas, quase não percebendo aspectos negativos dessas práticas. Além disso, os entrevistados consideraram que suas empresas, mesmo sendo micro ou pequenas, possuem uma importância para a comunidade, principalmente em virtude da geração de emprego e renda, fundamental para o desenvolvimento da cidade e região.

Palavras-chave: Gestão Socioambiental; Sustentabilidade; Micro e Pequenas Indústrias.

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN MICRO AND SMALL INDUSTRIES IN THE CITY OF PAU DOS FERROS – RN

ABSTRACT

This study aimed to analyze the manager's perception of micro and small industries companies regarding to social and environmental practices in the city of Pau dos Ferros-RN. It sought to verify whether these companies make use of social and environmental management, while identifying its practices and pointing out the motivations, barriers and opportunities for its implementation. Beside it, the study also aimed to describe the negative and positive consequences perceived by some managers from the existing social and environmental practices, and therefore identify their knowledge on the subject. The study presents a theoretical approach to Sustainability and Sustainable Development, Environmental and Social Responsibility Management based on authors like Boff (2012), Elkington (2012), Barbieri (2011), Dias (2011), Donaire (2013), Aligleri *et. al.* (2009), Nascimento, Lemos and Mello (2008), Tachizawa and Andrade (2012) and Sachs (2009), among others, with a view to questioning the aspects relating to environmental management practices in object of research companies. It was also discussed theoretical aspects about the Micro and Small Enterprises, specific aspects related to industrial activity and environmental management related to this business segment, from authors such as Resnik (1990), Ferronato (2011), Farias and Teixeira (2002) , Andrade (2002), as well as works published by institutions like Sebrae, FIRJAN and IPEA, which supported that part of the job. From this perspective, this study is classified as to its nature as qualitative research; about the objectives of the research, defined as descriptive; and, as to the object, a field survey is considered. As data collection instrument interviews were conducted with managers of micro and small industries companies Pau dos Ferros-RN, addressing the Environmental Management at their companies from their perceptions, and then an interpretative analysis, based on data obtained. Research has shown all respondents have the notion of the importance of the environment and that most of them develop some environmental practices, mainly focused on the energy and water savings, some performing reuse of materials. Social-oriented stocks are scarce and are not directly related to the environmental strategy of the company. Largely not considered difficult to invest or develop environmental initiatives, although I realize that this requires incentives from governments, which does not occur with any of the companies interviewed. Managers, mostly understand that environmental actions result in positive impacts for companies, such as cost reduction, image enhancement on the market, increasing competitiveness and their sales, hardly noticing the negative aspects of these practices. In addition, respondents felt that their companies even being micro or small, have an importance for the community, mainly due to the generation of employment and income is vital to the development of the city and region.

Key-Words: Environmental Management; Sustainability; Micro and Small Industries.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	15
2.2 GESTÃO AMBIENTAL	24
2.3 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL.....	34
2.4 MICRO E PEQUENAS INDÚSTRIAS	41
2.4.1 Micro e Pequenas Empresas	42
2.4.2 Micro e Pequenas Empresas no Contexto Socioambiental	47
2.4.3 Micro e Pequenas Indústrias e Aspectos Socioambientais da Atividade Industrial no Brasil	51
3 METODO	57
3.1 A PESQUISA	57
3.1.1 Classificação da Pesquisa Quanto à Natureza dos Dados: Qualitativa	57
3.1.2 Classificação Quanto aos Objetivos: Descritiva	58
3.1.3 Classificação Quanto ao Objeto: Pesquisa de Campo	59
3.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	59
3.3 LOCAL DO ESTUDO.....	60
3.4 SUJEITOS DA PESQUISA.....	62
3.5 ANÁLISE DOS DADOS.....	65
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	66
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	122
REFERÊNCIAS	125
APÊNDICE A – SÍNTESE DOS PRINCIPAIS ACHADOS POR OBJETIVOS.	131
APÊNDICE B – MODELO DO TCLE (TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	134
APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA..	135

1 INTRODUÇÃO

As ações do homem para com o meio ambiente têm provocado sérias mudanças no planeta e ocasionando diversos problemas, cujos efeitos atingem todo o mundo, gerando diversas discussões acerca da questão ambiental. Alguns fatores como a intensificação da industrialização, explosão demográfica, aumento da produção, consumo desenfreado, urbanização e modernização das técnicas agrícolas trouxeram consigo também consequências como a degradação dos recursos naturais, poluição da água, do solo e do ar, que culminaram em desastres ambientais observados até os dias de hoje (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008). Em função dessas questões, tem-se buscado estabelecer uma nova forma de desenvolvimento, provocando uma melhora na qualidade de vida da população e ao mesmo tempo a sobrevivência das espécies no planeta.

Diante da realidade do mercado, as empresas têm buscado a inserção da variável socioambiental dentre suas preocupações, sejam elas de natureza estratégicas ou não. As ideias de sustentabilidade aplicadas às empresas mostram uma nova postura por parte dos empresários, resultando em benefícios para a economia, a sociedade e o meio ambiente. Os empreendedores estão procurando cada vez mais adotar práticas de gestão sustentável nas suas organizações e essa política pode ser estendida a todas as empresas, independente do porte e do setor (DIAS, 2011). Para Sachs (2009, p. 32), “[...] o uso produtivo não necessariamente precisa prejudicar o meio ambiente ou destruir a diversidade, se tivermos consciência de que todas as nossas atividades econômicas estão solidamente fincadas no meio ambiente natural”. A partir dessa nova percepção, as empresas começam a entender que é possível ser rentável, produzindo produtos de qualidade e sendo competitiva, ao mesmo tempo em que protegem o meio ambiente e adotam ações socialmente responsáveis. Neste sentido, Nascimento, Lemos e Mello (2008, p. 60) observam que a questão ambiental deixou de ser um problema para se tornar parte de uma solução ainda maior, beneficiando as empresas através da “credibilidade da organização em relação à sociedade por meio da qualidade e da competitividade dos seus produtos”.

No Brasil, a maior parte dos empreendimentos é formada por Micro e Pequenas Empresas (MPEs), que, conforme relatório do SEBRAE-DIEESE (2012), representam 99% das empresas formais do país, respondendo por 20% do PIB. Essas empresas têm um papel fundamental para o desenvolvimento econômico de todas as regiões do país, gerando empregos, negócios, renda e valor. Do total dessas empresas, 15% estão na região Nordeste.

No estado do Rio Grande do Norte, as MPEs correspondem a 95,9% do total das empresas existentes, segundo SEBRAE (2006), sendo que deste total, 57,7% estão no interior do estado (SEBRAE-DIEESE, 2012). A alta representatividade dessa categoria de empresarial mostra sua importância para o crescimento e desenvolvimento socioeconômico dos municípios, distribuídas em todo estado, pois em todas as cidades, por menor que sejam, existem micro ou pequenas empresas atuando.

Neste sentido, este trabalho é direcionado a estudar as Micro e Pequenas Empresas do setor industrial no interior do estado do Rio Grande do Norte, cuja pesquisa é delimitada às micro e pequenas indústrias da cidade de Pau dos Ferros-RN, situadas no Alto Oeste Potiguar.

A escolha pela cidade de Pau dos Ferros-RN não é aleatória. Embora se observe que o processo de concentração de investimentos e capital e o consequente desenvolvimento ser concentrado nas capitais e grandes cidades, algumas cidades do interior do estado do RN, como Pau dos Ferros, têm se destacado no cenário econômico, devido ao aumento de oferta de serviços públicos na área de Educação Superior, construção civil e também seu grande comércio varejista, têm-se tornado uma cidade polo, favorecida por sua localização geográfica, com uma área de influência abrangendo quarenta e cinco (45) municípios (DANTAS, 2014).

Importante ressaltar que o destaque assumido por Pau dos Ferros nos relacionamentos com outras cidades deve-se em grande parte a sua localização às margens de duas rodovias federais (BR-405 e BR-226) e a proximidade das fronteiras da Paraíba e do Ceará. (DANTAS, 2014, p. 149).

De acordo com dados da FIERN (2013), a região Alto Oeste representa 3,9% do PIB do RN, sendo que a cidade de Pau dos Ferros-RN tem o maior PIB da Região (0,7% do total do RN). A Distribuição do PIB setorial apresenta-se da seguinte forma: Agropecuária, 8,50%; Indústria, 8,05%; Comércio e Serviços, 83,45%.

No tocante à indústria, a região Alto Oeste representa 1,5% do PIB industrial do Estado, sendo que Pau dos Ferros possui o maior PIB industrial da região: 0,3% do total do Estado. O município de Pau dos Ferros tem 34% das unidades produtivas e 25% dos empregados no setor industrial formal da região Alto Oeste (FIERN, 2013).

Considerando que o objeto de estudo reporta-se às micro e pequenas empresas industriais, os dados apontam que 99,2% das empresas industriais do Alto Oeste Potiguar são de micro e pequeno porte. De acordo com o Cadastro Industrial do Sistema FIERN, a cidade de Pau dos Ferros-RN possui, atualmente, 24 (vinte e quatro) indústrias, que corresponde ao objeto de pesquisa do trabalho.

Pau dos Ferros-RN também apresenta aspectos ambientais que requerem preocupações. A cidade, que está situada na microrregião que recebe o mesmo nome, da qual faz parte da Mesorregião Oeste do estado do Rio Grande do Norte, é cortada pelo “Rio Apodi-Mossoró”, que corresponde ao principal curso de água da região, com grande importância para a manutenção da fauna e flora da cidade e região Oeste Potiguar. De acordo com Alves (2014), a fauna dessa região encontra-se bastante degradada devido ao uso intensivo dos solos para a agricultura e pecuária extensiva, ocasionando uma retirada massiva da vegetação existente, destruindo, inclusive, o abrigo dos animais que ali vivem. Para o autor, essa microrregião apresenta os maiores índices de semiaridez da região, apresentando baixos níveis de pluviosidade e temperaturas elevadas. É nesta área, inclusive, que ocorre a maior destruição das matas ciliares, com impactos nos cursos naturais das águas, diminuindo, consequentemente, as reservas superficiais nos períodos de estiagem.

Este trabalho foi orientado para o estudo dos aspectos socioambientais aplicados em Micro e Pequenas Empresas do setor industrial. Compreende-se que a variável socioambiental tem sido requisito para a manutenção das atividades empresariais nos dias de hoje, provocado por uma nova mentalidade por parte dos consumidores e da sociedade de modo geral, pois até então as empresas eram vistas apenas como agentes econômicos. Antes, por exemplo, as organizações se preocupavam apenas com seus processos produtivos e essa mentalidade foi predominante até, aproximadamente, os anos 60, mas que, em curto espaço de tempo, tornou-se equivocada. Um dos fatores importantes dessa reviravolta nos modos de pensar e agir foi em grande parte o crescimento da consciência ecológica na sociedade, no governo e nas próprias empresas, que passaram a incorporar essa orientação em suas estratégias (DONAIRE, 2013). Hoje, não entender as práticas socioambientais como uma vantagem competitiva fundamental para a sobrevivência das empresas pode levá-las a não se adequarem a uma nova postura mundialmente preconizada, e que relaciona produção e consumo sustentável e de proteção ao meio ambiente como um meio de se manter no mercado. Essa é uma visão disseminada em todos os lugares e as organizações devem se orientar por essa nova dinâmica, independente do país, da região, do setor econômico ou do tamanho da empresa.

Em uma cidade como Pau dos Ferros-RN, que fica no interior de um estado pequeno como o Rio Grande do Norte, será possível verificar essa nova postura nas suas empresas? Sobre tudo no setor industrial e pelo perfil das indústrias da cidade, que são predominantemente MPE's, a variável socioambiental é levada em consideração no modo de agir no âmbito dessas pequenas organizações? Como seus gestores compreendem a variável

socioambiental relacionado às suas atividades? Neste cenário, o papel desses gestores é fundamental, pois são por eles que as decisões são tomadas e deles que se devem esperar as mudanças de rumo e de orientação dos seus negócios. É neste sentido que essa pesquisa se torna necessária, buscando compreender e analisar esses aspectos no intuito de responder à seguinte questão: qual a percepção dos gestores das micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN acerca de práticas socioambientais? A resposta a essa questão subsidiará a compreensão de como a variável socioambiental é considerada a partir da ótica dos gestores dessas organizações.

É pela percepção dos gestores que será possível identificar o modo como eles compreendem as ações socioambientais a partir das atividades do dia-a-dia das suas empresas. De acordo com Nóbrega (2008, p. 141), "percepção é o ato pelo qual a consciência apreende um dado objeto, utilizando as sensações como instrumento". Para a autora, a percepção humana deriva de uma observação e de uma maneira como se vê e compreende algo, possuindo caráter mutável. Ela explica que "a percepção não é o conhecimento exaustivo e total do objeto, mas uma interpretação sempre provisória e incompleta" (*Ibid.*, p. 141). Isto significa que a maneira como os seres humanos compreendem determinados contextos não são situações ou concepções absolutas, e que considerar algo como falso ou verdadeiro é uma questão de ótica, podendo ser mudado a qualquer momento. Segundo Merleau-Ponty (2004, p. 01): "a percepção é uma porta aberta a vários horizontes; porém, é uma porta giratória, de modo que, quando uma face se mostra, a outra se torna invisível". A autora considera a percepção como a forma através da qual o mundo se revela pelos sentidos e pela experiência de vida, estando vinculado ao campo da subjetividade e historicidade, bem como aos aspectos culturais e sociais.

A pesquisa surge, portanto, com o objetivo principal de analisar a percepção de gestores de micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN acerca de práticas socioambientais. Para isso será realizada uma pesquisa de natureza qualitativa e de caráter descritivo, através de uma pesquisa de campo, em que serão utilizadas entrevistas semiestruturadas, no intuito de atingir os seguintes objetivos específicos:

- Verificar se micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN fazem uso de gestão socioambiental; caso sim, identificar suas práticas;
- Apontar as motivações, entraves e oportunidades para a implantação de práticas socioambientais;
- Identificar o conhecimento dos gestores acerca de práticas socioambientais.

- Descrever consequências negativas e positivas percebidas por alguns gestores a partir das práticas socioambientais de micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN;

Tentar entender a percepção das pessoas sobre as questões socioambientais é importante sob vários aspectos, dentre os quais está a ligação da ciência à vida, ou seja, ao dia-a-dia dessas pessoas e dessas empresas. Como observa Maturana (2001), a ciência ganha mais importância e validade quando se conecta ao cotidiano das sociedades, pois o ato de fazer ciência fundamenta-se na busca por compreender nossas próprias vivências e experiências. O mesmo autor afirma ser um grande erro quando os cientistas tentam separar a ciência da vida, explicando que: "A validade da ciência está em sua conexão com a vida cotidiana" (*Ibid.*, p. 30).

Esta pesquisa será de grande relevância, pois o sistema de gestão socioambiental precisa ser entendido como instrumento de melhoria contínua para as Micro e Pequenas Empresas (MPE's) industriais. Buscar analisar a percepção dos gestores quanto aos aspectos socioambientais nas Micro e Pequenas Indústrias de Pau dos Ferros-RN será fundamental para entender o quanto essas empresas estão ligadas à questão da sustentabilidade empresarial. Além de ser de fundamental importância do ponto de vista da gestão, a adoção de práticas socioambientais no ambiente dessas organizações é também imprescindível para a imagem empresarial das MPE's e para a comunidade na qual está inserida, pois oferecer produtos e serviços ambientalmente corretos tornou-se não só uma obrigação, como também questão de sobrevivência das empresas nos dias de hoje.

Almeida e Alves (2014) apontam que a aceleração no crescimento do uso de recursos essenciais à sustentabilidade ambiental poderá comprometer as possibilidades de sustentabilidade que as futuras gerações necessitarão. Este cenário demanda estudos relacionados às questões socioeconômicas e ambientais gerados pela dinâmica social e econômica, na qual as empresas encontram-se como grandes responsáveis por mudanças a serem implementadas, na busca pelo crescimento e desenvolvimento de todo país. Essa necessidade se expande para todas as regiões, cujas organizações influenciam diretamente a utilização dos recursos naturais bem como sua aplicação com vistas ao bem-estar social. Portanto, entender a interação existente entre as empresas, sociedade e meio ambiente é requisito fundamental para compreender a necessidade de ações e que caminho seguir no futuro. Entender também como essas organizações percebem as variáveis socioambientais é importante para se compreender como essas entidades se situam diante desse cenário.

Além disso, a relevância do tema ressalta-se pelo sentido inovador como este pode ser observado, pois ainda são escassas pesquisas relacionadas aos aspectos socioambientais nas micro e pequenas indústrias, principalmente direcionado ao interior do estado do Rio Grande do Norte. É nessa perspectiva que a pesquisa ganha ainda mais vigor, ao se utilizar de um trabalho de campo, cuja importância se concentra, justamente, em buscar constatar se o que se aplica na prática está de acordo com as teorias existentes, e vice-versa.

Para melhor compreensão, este trabalho foi dividido em cinco capítulos. O primeiro capítulo traz a introdução, abordando aspectos gerais da dissertação, problemas, descrevendo os objetivos e justificativa do trabalho. No segundo capítulo, Referencial Teórico, é abordada a teoria estudada, que foi dividida em Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável, Gestão Ambiental, Responsabilidade Socioambiental, além de um tópico sobre Micro e Pequenas Indústrias. O terceiro capítulo refere-se ao Método utilizado na pesquisa e o quarto capítulo traz a Análise dos Resultados, seguido pelo quinto capítulo, que traz as Considerações Finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo está estruturado no intuito de oferecer um entendimento sobre os aspectos da gestão socioambiental nos dias de hoje, dividido em quatro partes, para melhor compreensão das teorias abordadas e que subsidiarão a pesquisa. Na primeira, serão trabalhados os temas Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável; na segunda, serão apresentados os aspectos relacionados à Gestão Ambiental; na terceira parte, o referencial teórico trará a temática da Responsabilidade Socioambiental, com foco nas organizações dos dias de hoje; na quarta parte, será trabalhando um tópico específico para as Micro e Pequenas Indústrias, subdividido em três partes, em que apresenta aspectos relativos às Micro e Pequenas Empresas (MPE), tanto do ponto de vista legal como conceitual; a parte seguinte trata das Micro e Pequenas Empresas (MPE) no contexto socioambiental; e, em por fim, é feita uma abordagem sobre as Micro e Pequenas Indústrias (MPI) e os aspectos socioambientais da atividade industrial no Brasil.

2.1 SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Nos últimos séculos o desenvolvimento tecnológico da humanidade alcançou um nível nunca atingido na história. Foram inúmeras descobertas científicas, que proporcionaram uma enorme capacidade de produção por parte das organizações, mas que, ao mesmo tempo, tem provocado um desgaste no ambiente natural sem precedentes. O ser humano, através da sua busca desenfreada pelo crescimento econômico, fez das suas descobertas e de suas tecnologias o meio que pode levar à sua própria extinção.

O ser humano, dentre todos da espécie animal existente, é o que apresenta a maior capacidade de adaptação no meio ambiente. Ao longo do tempo, o homem tem modificado o meio ambiente em que vive, sempre na busca por condições melhores de sobrevivência. Incapaz de competir com outros animais, devido às suas limitações físicas, o homem aprendeu a criar ferramentas, passando a superar sua capacidade limitada e oferecendo ao mesmo a resistência necessária para lidar com as dificuldades do ambiente hostil em que vivia. No início, a capacidade de intervir na natureza não acarretava muitos danos. Essa atividade que o homem exercia na natureza para melhor oferecer condições de vida e satisfazer suas necessidades recebeu o nome de trabalho (DIAS, 2011). Com o tempo, essa capacidade de

interferência no meio em que viviam foi ampliada, o que provocou um crescimento do impacto ao ambiente natural provocada pelo homem, superando todos os limites.

A primeira grande revolução provocada pelo homem foi a Revolução Agrícola, ocorrida há mais de 8.000 anos, e que permitiu a fixação das pessoas e o surgimento das primeiras vilas e cidades (DIAS, 2011). Com essa concentração das pessoas em locais específicos cresceu também a necessidade de atendimento dessa população, aumentando a ocupação dos espaços naturais. Nesse momento, a busca por uma melhor qualidade de vida se dava em detrimento do meio ambiente, pois a ideia predominante na época era a de luta entre o homem e a natureza. Segundo Dias (*Op. Cit.*, p. 04),

Com o surgimento da agricultura e o consequente sedentarismo, ocorre o início de um processo profundo de transformações da relação do homem com a natureza, pois a atividade agrícola exige a criação de um meio ambiente artificial para o cultivo de plantas e de gado.

Com o aumento da capacidade de alimentos as populações também aumentaram, ocupando, por sua vez, maiores espaços em detrimento do meio ambiente. Foi nesse período que ocorreram grandes extinções de espécies, pois quanto maiores as concentrações humanas, maior era a degradação que o ambiente sofria.

No entanto, no século XVIII aconteceu outra grande transformação na capacidade de produzir do ser humano, a segunda Revolução Científico-Tecnológica, também conhecida como Revolução Industrial. Ela surgiu inicialmente na Inglaterra, se espalhando rapidamente por todo o mundo, provocando um grande crescimento econômico, gerando riquezas e melhora na qualidade de vida. O problema é que esse crescimento veio acompanhado de um processo nunca visto pela humanidade, em que foram utilizadas grandes quantidades de recursos naturais e energia, e que veio por provocar um cenário de grande degradação ambiental, que vem se arrastando até os dias de hoje. Isto porque a exploração industrial ocorrida do início da revolução até grande parte do século XX era tida sem contestação, visto que até então existia uma mentalidade equivocada de que os recursos naturais eram ilimitados. Essa concepção só começou a ser questionada a partir da década de 50 do século passado, quando o desgaste natural e os processos de degradação do meio ambiente e possibilidade de esgotamento dos recursos naturais se tornaram mais visíveis. Dias (2011) explica que a partir da metade do século XX foram utilizados mais recursos naturais na produção de bens que em toda história da humanidade. Essa situação pôs em sinal de alerta a humanidade quanto à limitação do planeta e sua capacidade de suportar toda essa demanda.

Foi a partir daí que o estado do meio ambiente entrou na agenda dos Governos e de diversos segmentos da sociedade. No entanto, para as empresas a preocupação ambiental é ainda recente, embora algumas empresas tenham percebido essas necessidades já há algum tempo. Para Barbieri (2011), o meio ambiente é um tema que ganhou as ruas, os auditórios, a imprensa e hoje faz parte do vocabulário de políticos, empresários, administradores, líderes, ONGs e a sociedade de modo geral. Cada vez mais, a necessidade de produzir, ao mesmo tempo, enxergando o futuro do planeta, tem sido o objetivo principal daquelas organizações que percebem a importância de um meio ambiente preservado para seus negócios e para o futuro da humanidade.

Segundo Boff (2012, p. 09), “há poucas palavras mais usadas hoje em dia do que o substantivo sustentabilidade e o adjetivo sustentável”. Isso mostra a importância que o tema passou a ter por parte das empresas, pelos governos e pelos meios de comunicação no mundo todo. “É uma etiqueta que se procura colar nos produtos e nos processos de sua confecção para agregar-lhes valor”, acrescenta Boff (*Op. Cit.*).

No entanto, observa-se que ocorre com frequência uma certa falsidade ecológica quanto ao uso corrente da palavra sustentabilidade, na tentativa de encobrir determinados problemas de agressão ao meio ambiente, de poluição e contaminação, e, por vezes, figurando como um instrumento de *marketing* para vender e lucrar, simplesmente. Boff (2012, p. 09) destaca que a maioria daquilo que vem anunciado como sustentável, geralmente, não o é, e observa ainda que “o que se pratica com mais frequência é o *greenwash* (‘pintar de verde’ para iludir o consumidor que busca produtos não quimicalizados)”.

Antes de adentrar especificamente nos conceitos de sustentabilidade, faz-se necessário entender algumas concepções quanto ao meio ambiente. Para Barbieri (2011, p. 01), “meio ambiente é tudo o que envolve ou cerca os seres vivos”. De acordo com este autor, a palavra ambiente vem do latim e o prefixo *ambi* quer dizer “ao redor de algo” ou “ambos os lados”. Neste sentido, a palavra meio ambiente traz a ideia de envolver os seres vivos e as coisas, e tudo que envolve a Terra com seus elementos naturais e artificiais: “Por meio ambiente se entende o ambiente natural e o artificial, isto é, o ambiente físico e biológico originais, e o que foi alterado, destruído e construído pelos humanos” (*Op. Cit.*, p. 01).

É em função do uso desordenado dos recursos disponíveis no meio ambiente, a partir da produção de bens e serviços, que o ser humano tem provocado os maiores desgastes na natureza, pois essa produção gera resíduos e agride o meio natural, ocasionando uma situação de difícil reversão. Esses recursos utilizados na produção são classificados em renováveis e

não renováveis: os renováveis são o ar, a água, a energia solar, as plantas, animais, etc.; os não renováveis são aqueles que possuem uma quantidade finita e que em algum momento irá se esgotar (como minérios, carvão mineral, petróleo, etc.).

A concepção de limitação dos recursos naturais fez emergir a necessidade da busca pelo equilíbrio entre a utilização do meio ambiente como fonte de riqueza e o desenvolvimento econômico e social. É neste sentido que a sustentabilidade surge como condição fundamental para a manutenção da própria vida na Terra. Produzir sem pensar e vender sem medida se tornaram a equação básica para a insustentabilidade nos dias de hoje e que ameaçam a estrutura do planeta. Essa dinâmica deve ser repensada, de modo a garantir a existência de gerações futuras com possibilidades concretas de se manterem e viverem de modo harmônico com o meio ambiente, ao mesmo tempo em que garante o desenvolvimento no presente.

Elkington (2012, p. 52) ressalta que é este o sentido da sustentabilidade: assegurar “que nossas ações de hoje não limitarão a gama de opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para as gerações futuras”. Na visão de Boff (2012, p. 16): “Sustentabilidade é um modo de ser e de viver que exige alinhar as práticas humanas às potencialidades limitadas de cada bioma e às necessidades das presentes e futuras gerações”.

Boff (2012) explica que na sua origem, a palavra sustentabilidade e sustentar possui uma raiz comum com a palavra latina *sustentare*. Explica ainda que ambos os termos oferecem dois sentidos: o primeiro, no sentido passivo, significa segurar por baixo, suportar, servir de escora, impedir que caia, impedir a ruína e a queda; por essa linha, aplicado esse entendimento ao meio ambiente, significa todas as ações que fizerem ao meio ambiente para que ele não decaia ou se arruíne. O outro sentido para o termo remete a conservar, manter, proteger, alimentar, fazer prosperar, subsistir, viver, conservar-se sempre à mesma altura e conservar-se sempre bem. Este sentido implica ao termo sustentabilidade a ideia não somente de conservação do meio ambiente, mas também de sua prosperidade, fortalecimento e evolução ao longo do tempo.

De acordo com Boff (2012), embora se estime que o conceito de Sustentabilidade seja recente e formulado a partir das reuniões da Organização das Nações Unidas (ONU) ocorridas na década de 70 do século passado, esse conceito possui uma história de mais de 400 anos, que poucos conhecem e tem origem na silvicultura (manejo das florestas) da Província da Saxônia, na Alemanha, por volta de 1560. Foi nessa época que surgiu pela primeira vez a preocupação pelo uso racional das florestas, de modo que elas pudessem se regenerar

permanentemente. A partir daí, surgiu a palavra alemã “*Nachhaltigkeit*”, que traduzida para o português significa “Sustentabilidade”. A aplicação do conceito de sustentabilidade é tão evidente na Alemanha, que já no século XVIII, existiam tratados da época, como por exemplo, o *Silvicultura Oeconomica*, de autoria de Carlowitz, que preconizavam sua aplicação: “devemos tratar a madeira com cuidado, caso contrário, acabar-se-á o negócio e cessará o lucro; corte somente aquele tanto de lenha que a floresta pode suportar e que permite a continuidade de seu crescimento” (CARLOWITZ, 1973, *apud* BOFF, 2012, p. 33). Floriano também defende Carlowitz como o primeiro autor do conceito de sustentabilidade, quando defendeu em uma de suas obras que: “A natureza deve ser obrigatoriamente utilizada com base nas suas características naturais para o bem estar da população, manejada e conservada com cuidado e com a responsabilidade de deixar um bom legado para as futuras gerações” (FLORIANO, 2007, p. 01).

Neste mesmo sentido, outro escritor alemão, Ludwig Hartig (1795) enfatiza a preocupação quanto à natureza sustentável do manejo de floresta da época: “é uma sábia medida avaliar de forma a mais exata possível o desflorestamento e usar as florestas de tal maneira que as futuras gerações tenham as mesmas vantagens que a atual” (BOFF, 2012, p. 33). Essas considerações acerca da conservação dos recursos naturais como meio de manutenção do desenvolvimento econômico-social têm validade até os dias de hoje, pois a ideia que usamos atualmente para a definição de sustentabilidade utiliza os mesmos termos de séculos atrás.

Atualmente, o conceito de Sustentabilidade é bastante difundido e está relacionada com a capacidade do planeta se manter em equilíbrio natural, atendendo às necessidades econômicas e sociais gerações presentes e futuras. Por isso, a sustentabilidade não pode ser analisada de forma isolada em um de seus aspectos. Ela envolve, basicamente, três variáveis que se completam entre si, compondo um sistema social, ambiental e econômico. Sustentabilidade pode ser definida como:

Uma relação entre sistemas econômicos dinâmicos e sistemas ecológicos maiores, também dinâmicos e que, no entanto, modificam-se mais lentamente, de tal forma que a vida humana pode continuar indefinidamente (...), uma relação na qual os efeitos das atividades humanas permanecem dentro de limites que não deterioram a saúde e a integridade de sistemas auto-organizados que fornecem o contexto ambiental para essas atividades (NORTON, 1992, p. 32).

Sachs (2009) observa que a expressão “sustentabilidade” é utilizada muitas vezes para expressar “sustentabilidade ambiental”, mas que o termo tem outras dimensões. Para ele, a primeira abordagem refere-se à “sustentabilidade social”, que considera a própria finalidade

do desenvolvimento, pois considera que seja mais fácil ocorrer um colapso social, antes de acontecer uma catástrofe ambiental. A partir daí, aparece a “sustentabilidade ambiental”, que depende primeiramente da social, para, em seguida, surgir a “sustentabilidade econômica”, que se relaciona com as demais “uma vez que um transtorno econômico traz consigo o transtorno social, que, por seu lado, obstrui a sustentabilidade ambiental” (SACHS, 2009, p. 71).

O conceito propriamente dito de Sustentabilidade varia conforme a literatura, porém apresentando a mesma essência, como neste conceito: “a garantia de que os recursos naturais se mantenham com a qualidade e quantidade dos níveis originais ao longo do tempo e permita que as futuras gerações encontrem as mesmas condições para sua sobrevivência que a atual”, assim define Floriano (2007, p. 11) o significado de sustentabilidade. Nessa mesma perspectiva, Elkington (2012, p. 38) traz em seu conceito: “Sustentabilidade é o princípio que assegura que nossas ações de hoje não limitarão a gama de opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para as futuras gerações”.

No entanto, somente após décadas sem nenhuma ação efetiva dedicada aos problemas ambientais ocasionados pelo homem, é que alguns organismos internacionais, como a ONU, passaram a se ocupar do tema. Estudos do Clube de Roma (1970) através do relatório “Os limites do crescimento” já sugeriam que o desenvolvimento industrial estava excedendo os limites há pelo menos duas décadas, enfatizando que seria impossível a continuidade dessas práticas (IPEA, 2010). Essa preocupação veio a culminar, anos depois, em 1984, com a criação da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, através da qual foi elaborado, três anos depois (em 1987) o relatório “Nosso Futuro Comum”, também conhecido como *Relatório Brundland*. Neste relatório aparece pela primeira vez a expressão Desenvolvimento Sustentável, definido como: “a habilidade das sociedades para satisfazer às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das futuras gerações de atenderem a suas próprias necessidades” (CMMAD, 199, p. 09).

Essa concepção, segundo Tinoco e Kraemer (2011) inclui dois conceitos-chave: o de “necessidades”, relacionada, sobretudo, às necessidades essenciais dos pobres do mundo; e a noção das “limitações”, que corresponde ao estágio da tecnologia e da organização imposta ao meio ambiente, e que impede de atender às necessidades das presentes e futuras gerações. Esse conceito passou a ser difundido em todo o mundo a partir de então, passando a vigorar dentre os documentos oficiais e consolidando seu conceito quanto às práticas sustentáveis.

Dias (2011) ressalta, entretanto, que apesar do conceito de Desenvolvimento Sustentável seja amplamente utilizado, não existe uma visão exata do que ele seja. Explica que para alguns o desenvolvimento sustentável é obter o crescimento econômico por meio do uso racional dos recursos naturais e de tecnologias mais eficientes e menos poluentes; para outros, o desenvolvimento sustentável é, antes de qualquer coisa, um projeto social e político destinado a erradicar a pobreza, elevar a qualidade de vida da sociedade e satisfazer às necessidades básicas da humanidade.

Em todo caso, trata-se da tentativa dos governos e das organizações de dar uma resposta diante dos problemas ambientais existentes e dos riscos que todo o planeta corre em função dessa problemática. Como reduzir o desgaste natural sem comprometer o desenvolvimento econômico? Como mexer com a economia sem trazer reflexos para a sociedade? A questão não é tão simples de resolver, pois envolve vários fatores, que são interdependentes. Boff (2012, p. 43) diz que “para ser sustentável o desenvolvimento deve ser economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente correto”, conceito este já amplamente consolidado, em se tratando de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável.

Dessa maneira, o conceito de Desenvolvimento Sustentável deve ser visto por três aspectos que o englobam: o econômico, o social e o ambiental. O chamado Tripé da Sustentabilidade (*Triple Bottom Line*), também conhecido como os “Três Ps” (*people, planet e profit* – em português, pessoas, planeta e lucro), foi desenvolvido pelo britânico John Elkington, em 1990, e refere-se aos resultados de uma companhia medidos em termos de rentabilidade econômica, social e ambiental (ALIGLERI, *et. al.*, 2009).

No Brasil, o Tripé da Sustentabilidade é um conceito que pode ser aplicado tanto de maneira macro, para um país ou para o planeta, por exemplo, assim como de maneira micro, como numa residência, numa escola, ou em empresas, independente do porte (DIAS, 2011). Sachs (2009, p. 35), por sua vez, denomina esses três pilares do Desenvolvimento Sustentável como “Vitória Tripla”, ao atender simultaneamente os critérios de “relevância social, prudência ecológica e viabilidade econômica”.

Essa mudança de mentalidade e de postura que se requer por parte das organizações é recente e algo que ainda caminha para sua consolidação. Isto porque, conforme Veiga (2008), até meados da década de 1970 observava-se que a postura das empresas era baseada apenas no desenvolvimento material, sendo que apenas a partir da década de 1990 é que o meio ambiente passou a ganhar importância, permeando as reflexões acerca do desenvolvimento econômico das organizações.

Sachs (2009) enfatiza que para haver Desenvolvimento Sustentável, a conservação da biodiversidade apresenta-se como condição necessária, embora se busque também a conciliação dos objetivos sociais e ecológicos, ao mesmo tempo, sem perder o intuito da preocupação com as necessidades da geração atual e das gerações futuras. O autor ainda traz uma explicação acerca da diferença entre conservação e preservação ambiental, que embora com sentidos parecidos, apresentam significados especificamente distintos, porém, necessárias para a compreensão da questão ambiental. Conforme expõe, a ideia de preservar consiste na ação preventiva quanto à proteção dos ecossistemas contra qualquer dano ou forma de degradação. Conservar, por sua vez, consiste em aproveitar, de forma controlada, os bens e recursos que a natureza pode oferecer, de modo a permitir sua constante utilização. Neste mesmo sentido, Nascimento, Lemos e Mello (2008, p. 71) explicam que a preservação ambiental “adota o critério da inatacabilidade pelo homem da natureza e do ecossistema”, ao passo que conceituam conservação ambiental como “a utilização racional de um recurso qualquer, de modo a se obter um bom rendimento, garantindo, assim, a sua renovação ou sua auto-sustentação”. Portanto, conservar significa o uso dos recursos naturais dentro dos limites capazes para manutenção da qualidade e equilíbrio da natureza; preservar, por outro lado, corresponde a não usar e não se permitir que intervenções humanas repercutam no meio ambiente.

Elkington (2012) explica que a ideia da sustentabilidade, apesar de não totalmente aplicada, está difundida amplamente e sua observação é considerada de grande impacto nas decisões tomadas no mundo dos negócios. Apesar de alguns executivos afirmarem que não é de sua obrigação salvar o mundo, é amplamente percebido a importância do papel das empresas como responsável pelo desenvolvimento sustentável.

Nessa perspectiva, as organizações se deparam com o desafio de conciliar as três dimensões quando da consideração para elaboração de suas políticas e decisões de caráter interno e externo. Sua maior dificuldade está em identificar a maneira mais adequada de gestão das dimensões social e ambiental e sua integração à variável econômica. Essa harmonia entre os interesses contemplando essas três variáveis caracterizam as organizações consideradas sustentáveis. Segundo Jabbour e Jabbour (2013, p. 94), organizações sustentáveis “são aquelas que conciliam bom desempenho econômico-financeiro com bom desempenho em indicadores sociais e ambientais”. Ser sustentável tornou-se fator de competitividade para as empresas, pois a sociedade beneficia empresas que enxergam além dos lucros e mantém uma postura de defesa do meio ambiente e de uma sociedade mais justa.

A partir dessa concepção, os três elementos que compõem a tríade do desenvolvimento sustentável são mais bem compreendidos relacionando-os com os propósitos a que se destinam, conforme explica Giesta (2009, p. 25):

Social, com a preocupação com a pobreza dos povos do mundo; ambiental, para manter infraestrutura ecológica para as próximas gerações; e econômica, por considerar o crescimento e a sustentabilidade econômica como um caminho viável para integrar os três elementos.

Aligleri *et. al.* (2009) explicam que no momento que as empresas passam a adotar modelos de negócios que avaliam as consequências e os impactos de suas decisões e ações para além dos aspectos financeiros, contemplando as variáveis social e ambiental, ela estará demonstrando seu compromisso com o amanhã, e por isso, com a sustentabilidade.

É importante destacar que o desenvolvimento só será considerado sustentável se este incorporar os três elementos simultaneamente (econômico, social e ambiental). De acordo com Dias (2011), do ponto de vista econômico, as empresas devem ser economicamente viáveis; nessa perspectiva, as empresas devem buscar a rentabilidade dos seus negócios, dando retorno aos seus sócios/acionistas o retorno do capital investido. No âmbito social, as empresas devem proporcionar melhores condições de trabalho aos seus funcionários, respeitando a diversidade cultural da sociedade em que atua, além de introduzir políticas de oportunidades para deficientes, como instrumento de inclusão social. E, por último, em relação à questão ambiental, as organizações devem pautar suas ações na ecoeficiência dos seus processos produtivos, adotarem a produção mais limpa e uma postura de responsabilidade ambiental, buscando a proteção do meio ambiente de maneira incessante nas suas organizações.

Ainda conforme entendimento de Dias (2011), a passagem do desenvolvimento predatório para a fase do desenvolvimento sustentável acarreta inúmeras implicações. Para o autor, ela modifica a visão e a relação das pessoas com a natureza, onde esta passa a ser vista não como mera fornecedora de matéria-prima, mas como o ambiente necessário a toda a vida humana. Além disso, esse novo tipo de desenvolvimento envolve o manejo racional dos recursos naturais, ao mesmo tempo em que altera a organização produtiva e social que, ao longo do tempo, tem produzido e reproduzido a situação de desigualdade e pobreza existentes, criando novos valores e tirando o foco no lucro e colocando como prioridade o bem-estar da humanidade.

Contudo, Donaire (2013) enfatiza que, no caso dos países da América Latina, em virtude dos inúmeros problemas que atingem a região (como a dívida externa, estagnação

econômica) vem-se alargando a brecha existente entre ela e o mundo desenvolvido, houve uma deterioração dos níveis de bem-estar de grande parte da população, com a degradação dos sistemas produtivos e a incidência de altos índices inflacionários, fazendo com que a questão ambiental fosse relegada a um segundo plano, apenas com algumas ações isoladas. Ele destaca que diante desses problemas torna-se difícil “convencer os que se encontram no poder que o meio ambiente é prioritário” (DONAIRE, 2013, p. 30).

Doinaire (2013, p. 30) ainda afirma que a questão da pobreza tem uma influência direta no meio ambiente: “A pobreza significa, entre outras coisas, importante processo de deterioração do meio ambiente, pois ele é virtualmente saqueado em função das necessidades básicas dos mais carentes”. Ainda destaca que essa “poluição dos pobres” é elemento chave no processo de deterioração ambiental, constituindo elemento inédito das preocupações ambientais, por suas características e abrangência, se comparado aos problemas ambientais do mundo desenvolvido. Essa problemática possui uma relação direta com o desenvolvimento sustentável, pois, quando se considera o fator pobreza na sua análise, percebe-se uma difícil aplicação, visto que a geração presente não está sendo atendida nem mesmo nas suas necessidades básicas.

2.2 GESTÃO AMBIENTAL

O planeta passa hoje por grandes transformações e a maior delas corresponde a problemas que afetam o meio ambiente. O aumento de produção e o consumo desenfreado de bens ocorridos desde o início da Revolução Industrial vem provocando um desgaste ambiental de grandes proporções, e se requer, com urgência, soluções efetivas e mudanças de comportamento por parte da sociedade e das empresas, bem como de políticas públicas que inibam a degradação dos recursos naturais, ao mesmo tempo que desenvolvam mecanismos na busca de preservação do meio natural.

Essas soluções passam efetivamente por ações em várias esferas, e isso significa que a sociedade, os governos e as empresas possuem grande responsabilidade na condução dessas mudanças. Neste sentido, a sociedade exerce um grande papel, visto que seu comportamento diante do consumo reflete diretamente no meio ambiente. Os governos, por sua vez, têm a obrigação de desenvolver políticas públicas para a preservação dos recursos naturais e de fomentar ações que promovam o desenvolvimento sustentável. E, por último, as empresas,

que detém em suas mãos a responsabilidade de fabricar produtos ou oferecer serviços baseando-se em práticas sustentáveis.

Dias (2011) afirma que as empresas são as grandes responsáveis pelo esgotamento e pelas alterações dos recursos naturais, de onde se obtém as matérias-primas utilizadas para a fabricação dos bens utilizados pela população, sendo as indústrias as grandes vilãs no processo. O autor coloca que são poucas as empresas que se preocupam em tornar eficientes ecologicamente seu processo produtivo, e quando assim o faz é uma iniciativa tomada como resposta a exigências de órgãos governamentais, e não como parte de uma preocupação socioambiental. Dias (2011, p. 56) coloca que “nos processos industriais os recursos naturais são empregados como insumos que, devido a ineficiências internas dos processos, geram resíduos de todo tipo que contaminam o meio ambiente”.

Dias (2011) também considera que essa ineficiência é fruto da impossibilidade de transformação total dos insumos em produtos, ocasionando perdas que se transformam em resíduos que poluem o solo, a água ou o ar. As empresas que poluem, por sua vez, passam a ter duas alternativas para o problema: instalar tecnologias para tentar reter ou minimizar a contaminação gerada (também chamadas tecnologias de fim de tubo ou *end-of-pipe*), ou realizar atividades ao longo do processo, optando pela prevenção. Para o mesmo autor, as instalações de tecnologias de fim de tubo, retendo parte da contaminação antes que saia da área da empresa, demandam altos custos de instalação e manutenção, e ainda sendo considerado um paliativo para o problema. Já as atividades de prevenção implicam no uso mais eficiente dos recursos naturais e energias utilizadas, provocando uma diminuição dos resíduos gerados. A estratégia baseada na prevenção pode gerar vários benefícios para a empresa, como a diminuição dos custos de produção, melhoria da imagem da empresa no mercado, além da melhoria da qualidade do produto em si.

As ações de gestão sustentável dos recursos implicam, diretamente, em impacto financeiro positivo. Dentre esses benefícios, conforme elenca Dias (2011, p. 61), estão:

- a) Menores gastos com matéria-prima, energia e disposição de resíduos, com menor dependência de instalações de tratamento e de destinação final de resíduos;
- b) Redução ou eliminação de custos futuros decorrentes de processos de despoluição de resíduos enterrados ou de contaminação causada por eles;
- c) Menores complicações legais (que representam ganhos obtidos pelo não pagamento de multas ambientais);
- d) Menores custos operacionais e de manutenção;
- e) Menores riscos, atuais e futuros, a funcionários, público e meio ambiente e, conseqüentemente, menores despesas.

De acordo com Aligleri *et. al.* (2009), no entanto, muitas empresas têm buscado resolver as questões de ordem ambiental com soluções fáceis e incompletas. Parte delas busca concentrar seu foco na compensação dos impactos e danos causados, desvinculando essa estratégia do processo produtivo. O autor destaca que é importante que os processos de mitigação de impactos sejam trabalhados ao mesmo tempo em que se trabalham processos internos de produção sustentável. Por outro lado, Dias (2011, p. 62) aponta que “em muitos casos, na sua maioria, a redução da contaminação pode ocorrer sem necessidade de investimento, apenas com a melhoria da gestão e das práticas adotadas ao longo do processo de fabricação”. Isto aparece como mais um incentivo à adoção de práticas de gestão eficiente dos recursos ambientais disponíveis nas empresas.

Neste sentido, pode ser observada uma diferença, em termos de competitividade, em relação à utilização dos dois tipos de tecnologias (“final do processo produtivo” ou “prevenção da contaminação”) quanto à geração de resíduos. Dias (2011) observa que a utilização da tecnologia que recorre à redução da contaminação retendo os resíduos no final do processo produtivo, pode ocasionar uma perda de competitividade; ao passo que o uso da prevenção ao longo do processo traz um aumento de competitividade. Recomenda-se, por isso, quando da necessidade de implantação de tecnologias para redução no fim do processo, a utilização simultânea de políticas de gestão ambiental dos resíduos ao longo do processo produtivo.

Na visão de Aligleri *et. al.* (2009), esse novo posicionamento das empresas em relação às demandas socioambientais projeta grandes oportunidades de negócios, criando uma imagem empresarial positiva perante a sociedade. Ainda ressalta que a questão ambiental não necessariamente deve estar desvinculada da questão econômica, desmistificando a ideia de que as ações ambientais sempre são sinônimas de custos para as empresas. Pelo contrário, em se tratando das novas demandas atuais do mercado, ações sustentáveis representam oportunidades de ganhos econômico-financeiros, com a melhoria da qualidade dos produtos e aumento dos lucros das empresas.

Por isso, a conscientização dos impactos da atividade econômica pelo meio ambiente induz as empresas a encarar a preocupação ambiental como um dos fatores importantes para sua competitividade e longevidade, conforme observa Aligleri *et. al.* (2009). A preocupação com a responsabilidade empresarial e os impactos ambientais, para as empresas, surge como um grande desafio, e requer inovação e mudança de foco, do econômico para o

socioambiental. Para o mesmo autor, “produzir mais com menos recursos é a demanda atual” (ALIGLERI, *et. al.*, 2011, p. 89).

As preocupações ambientais passaram a ser um excelente negócio, pois o meio ambiente e sua proteção estão se tornando grandes oportunidades para abrir novos mercados e prevenir-se contra restrições futuras. De acordo com Novaes (1991, p. 46), “as portas do mercado e do lucro se abrem cada vez mais para as empresas que não poluem, poluem menos ou deixam de poluir, e não para as empresas que desprezam as questões ambientais”. É com foco na satisfação da sociedade quanto ao desempenho das empresas em relação aos benefícios sociais e ambientais que dela se esperam, que novos objetivos passam a ser buscados trabalhados. A preocupação das organizações em relação ao meio ambiente tem sido fator decisivo para seu posicionamento no mercado, pois empresas socioambientalmente irresponsáveis tendem a perderem ou saírem do mercado.

Na visão de Tinoco e Kraemer (2011), atualmente, em virtude da crescente concorrência, os clientes não se limitam apenas a procurar determinados produtos pelo nível de qualidade e menor custo; os consumidores estão cada vez mais informados e predispostos a adquirir e usar produtos que respeitem o meio ambiente, muitas vezes pagando até mais caro por isso. Conforme os autores comentam, além dos ganhos de mercado pela inserção de novas ações socioambientais pelas empresas, a adoção de práticas ambientais, pode, por outro lado, implicar na redução de custos, através da melhoria da eficiência dos processos, redução de consumos (matéria-prima, água, energia, etc.), minimizando o tratamento de resíduos, dentre outras vantagens de ordem operacional. (*Op. Cit.*)

Essas ações de redução dos impactos ambientais dentro das organizações denomina-se Gestão Ambiental, expressão que, segundo Barbieri (2011, p. 21), “aplica-se a uma grande variedade de iniciativas relativas a qualquer tipo de problema ambiental”.

Conforme Dias (2011, p. 102), Gestão Ambiental “é a expressão utilizada para se denominar a gestão empresarial que se orienta para evitar, na medida do possível, problemas para o meio ambiente”. No mesmo sentido, Floriano (2007, p. 01) define Gestão Ambiental “como a administração dos recursos ambientais com o objetivo de conservá-los e garantir que as gerações futuras encontrem um ambiente compatível com as suas necessidades”. Outro conceito pode ser utilizado, correspondendo:

Às diretrizes e as atividades administrativas e operacionais, tais como o planejamento, direção, controle, alocação de recursos e outras realizadas com o objetivo de obter efeitos positivos sobre o meio ambiente, tanto reduzindo, eliminando ou compensando os danos ou problemas causados

pelas ações humanas, quanto evitando que eles surjam. (BARBIERI, 2011, p. 19).

De acordo com Giesta (2009, p. 30), “a Gestão Ambiental (GA) é discutida como alternativa para se obter melhor ajuste entre a dimensão capitalista de busca de crescimento e conservação ambiental principalmente nas empresas”. Para Barros (2013), ela envolve as diretrizes e atividades administrativas e operacionais, que são realizadas com o intuito de proteger o meio ambiente, através da redução ou eliminação dos danos ou problemas provocados pelo homem, ou evitando que eles surjam.

Donaire (2011) cita que dentre as ações que podem ser desenvolvidas pelas organizações com base na gestão ambiental de seus recursos naturais, podem ser citadas a reciclagem de materiais, que traz uma economia de recursos para as empresas; reaproveitamento interno de resíduos ou sua posterior venda; o desenvolvimento de novas tecnologias ou processos produtivos com base na produção mais limpa; desenvolvimento de novos produtos voltados para o mercado ecológico e suas novas demandas, dentre outros.

Para que a gestão ambiental possa ser implementada nas atividades das empresas, é necessário que essas ações sejam dispostas de maneira organizada e planejada. Para isso, sua concepção é integrada ao uso de instrumentos capazes de efetivar a adoção de práticas de preservação do meio ambiente. Essa integração recebe o nome de Sistema de Gestão Ambiental e corresponde ao “o conjunto de atividades administrativas e operacionais inter-relacionadas para abordar os problemas ambientais atuais ou para evitar o seu surgimento” (BARBIERI, 2011, p. 147). Os Sistemas de Gestão Ambiental (SGA) consistem, basicamente, no planejamento das atividades das empresas, com o objetivo de eliminar ou minimizar os impactos ao meio ambiente, através de ações preventivas ou medidas mitigadoras (TINOCO; KRAEMER, 2011).

Conforme Barbieri (2011), através de modelos de gestão ambiental as empresas podem se orientar quanto às decisões sobre como, quando, onde e com quem abordar os problemas ambientais dentro da empresa e o modo como essas decisões se relacionam com as outras questões empresariais. O autor ainda explica que a adoção de um modelo de gestão ambiental “faz com que haja coerência na realização de atividades desenvolvidas por diferentes pessoas, em diversos momentos e locais e sob diferentes modos de ver as mesmas questões” (BARBIERI, 2011, p. 119).

Dentre os modelos de Gestão Ambiental que mais se destacam pelas organizações internacionais e nacionais estão a Produção Mais Limpa (*Cleaner Production*) e a

Ecoeficiência, constituindo mecanismos que complementam e fortalecem os Sistemas de Gestão Ambiental nas empresas. Como menciona Dias (2011), esses instrumentos têm o objetivo de conseguir que os recursos naturais sejam transformados efetivamente em produtos sem gerar resíduos.

De acordo com Barbieri (2011), a Produção Mais Limpa (ou simplesmente, P+L) envolve ações para minimizar o consumo de energia, água e matéria-prima, bem como a geração de resíduos e emissões, por meio da não geração, minimização ou reciclagem de resíduos gerados. O autor explica que a P+L envolve produtos e processos organizados de acordo com sua prioridade na seguinte sequência: “prevenção, redução, reuso e reciclagem, tratamento com recuperação de materiais e energia e disposição final” (BARBIERI, 2011, p. 126).

Surgido em 1989 através do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), a P+L foi definida como a aplicação contínua de uma estratégia ambiental preventiva e integral, envolvendo processos, produtos e serviços que previnem e reduzem, no curto ou longo prazo, os riscos para o ser humano ou meio ambiente (DIAS, 2011).

Suas abordagens podem ser trabalhadas com enfoques nos processos de produção, nos produtos ou nos serviços prestados, sendo considerada como uma estratégia de caráter preventivo, que tem como objetivo utilizar os recursos de maneira eficiente, reduzindo os impactos negativos no meio ambiente. Nascimento, Lemos e Mello (2008) observam que a produção mais limpa (P+L) consiste numa abordagem simples e pode ser aplicada a um grande número de organizações e está baseada na prevenção da poluição e redução de desperdícios. Para os autores, trata-se de uma abordagem preventiva e integrada aos processos, produtos e serviços, a fim de aumentar e reduzir os riscos para os homens e o meio ambiente, em resposta à responsabilidade financeira adicional provocada pelos custos de controle de poluição e de tratamentos de final de tubo.

De acordo com Nascimento, Lemos e Mello (2008, p. 190), “no modo de produção atual existem pelo menos duas características comuns a praticamente todos os setores produtivos: o desperdício de matérias-primas e o desperdício de energia”. Esses desperdícios acontecem, geralmente, em função da geração de rejeitos ao longo do processo. Foi com foco na eliminação ou minimização desses resíduos que foi formulado o conceito de Poluição Mais Limpa (P+L ou PmaisL).

Observe-se que a adoção de novas técnicas ou mesmo a mudança de comportamento dentro das indústrias (sejam elas grandes, pequenas ou micros), resulta em um melhor

relacionamento entre a organização e o ambiente, pois, ao repensar um processo industrial ou um produto em termos de P+L pode ocorrer a geração de melhores resultados, sem necessidade de aquisição ou de investimentos em novas tecnologias, através de compra de máquinas ou equipamentos (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008). Os autores ressaltam que, atualmente, os procedimentos e tecnologias de fim-de-tubo (*end-of-pipe*) são vistos como procedimentos “antônimos” da P+L, visto que buscam minimizar os efeitos ao final do processo. No entanto, eles consideram que os processos e tecnologias fim-de-tubo devem ser complementares, sendo utilizadas em situações em que a P+L ainda não conseguiu resolver a contento. Observam também, que o controle da poluição é uma atividade reativa, que ocorre após o evento (poluição ter sido gerado), ao passo que a P+L é uma abordagem preventiva e proativa, que atua na busca pela prevenção da geração da poluição.

Nascimento, Lemos e Mello (2008) enfatizam que os programas de P+L têm como objetivo o potencial de ganhos diretos no processo e indiretos pela eliminação de custos associados ao tratamento e disposição final dos resíduos. No entanto, observa-se que muitas organizações só investem em medidas de proteção ambiental quando forçadas por órgãos de controle ambiental, por imposição legal ou por exigência dos clientes, optando, geralmente, pelas medidas de fim-de-tubo (filtros, instalação de estações de tratamento de água e esgoto, destino de resíduos, etc.). No caso da P+L, as organizações encontram alguns obstáculos, principalmente relacionado à dificuldades e resistência interna a mudanças de mentalidade. Entretanto, a implementação da P+L oferece oportunidades, tanto do ponto de vista da melhoria ambiental, como também dos benefícios econômicos gerados.

Já o modelo da gestão ambiental baseada na Ecoeficiência é entendido a partir da perspectiva de que a redução de material e energia utilizada elaboração de produto ou serviço aumenta a competitividade da empresa, ao mesmo tempo reduzindo os impactos sobre o meio ambiente. Corresponde a um modelo de produção e consumo sustentável que contribui para a melhoria da qualidade de vida a partir das suas ações (BARBIERI, 2011). Este modelo foi introduzido em 1992 pelo *Business Council for Sustainable Development*, atualmente Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (*World Business Council for Sustainable Development* - WBCSD) e dentre seus propósitos para as empresas estão:

- a) Minimizar a intensidade de materiais nos produtos e serviços;
- b) Minimizar a intensidade de energia nos produtos e serviços;
- c) Minimizar a dispersão de qualquer tipo de material tóxico pela empresa;
- d) Aumentar a reciclabilidade de seus materiais;
- e) Maximizar o uso sustentável dos recursos renováveis;
- f) Aumentar a durabilidade dos produtos da empresa; e

g) Aumentar a intensidade dos serviços em seus produtos e serviços.
(BARBIERI, 2011, p. 129)

Os objetivos do modelo de gestão da Ecoeficiência estão pautados em três eixos principais: redução do consumo de recursos; redução do impacto na natureza; e melhoria do valor do produto ou serviço. Dias (2011, p. 154) coloca que a Ecoeficiência consiste em “produzir mais com menos, reduzindo o consumo de materiais e energia, a geração de resíduos e a liberação de poluição no meio ambiente, assim como os custos de operação e as possíveis responsabilidades por danos a terceiros”.

Essas duas práticas de gestão ambiental são aplicáveis em qualquer empresa, independente do tamanho ou setor. Isto porque qualquer empresa é capaz de reduzir seu consumo de energia, de água, do mesmo modo que pode também incentivar o uso de produtos recicláveis, reaproveitando materiais ou recipientes utilizados (DIAS, 2011). Representam, dessa forma, um diferencial competitivo em relação àquelas empresas que não adotam tais práticas. Além disso, essas duas propostas integram uma macrovisão da Produção e Consumo Sustentáveis (SP&C – *Sustainable Production and Consumption*), cuja ideia consiste na produção e uso de bens e serviços que atendem às necessidades básicas do homem, melhorando sua qualidade de vida, minimizando o uso dos recursos naturais, materiais tóxicos e emissão de resíduos, sem comprometer as necessidades das gerações futuras (DIAS, 2011, p. 154).

No entanto, Dias (2011) observa que as pequenas empresas ainda enfrentam dificuldades caso optem pela implantação de um Sistema de Gestão Ambiental, como na adoção de padrão de acordo com as Normas da ISO 14000, por exemplo, visto que isso demanda recursos humanos e financeiros, que muitas vezes essas empresas não dispõem. O mesmo autor explica, a implantação da norma ISO 14000 possibilita a padronização de procedimentos para a avaliação e sistematização dos processos de gestão ambiental no âmbito interno das organizações, e possui validade universal (*Op. Cit.*). Essas normas da ISO 14000 são “uma família de normas que buscam estabelecer ferramentas e sistemas para a administração ambiental de uma organização” (DIAS, 2011, p. 105).

Apesar dessas dificuldades, Barbieri (2011) enfatiza que as ações de gestão ambiental devem ocorrer em todos os níveis, do global ao local, pois pouco adianta iniciativas de gestão nos níveis global e regional se não forem acompanhadas de ações localizadas. “É no interior dos estados nacionais, de suas subdivisões, localidades, comunidades e organizações que ocorrem efetivamente ações de gestão ambiental” (BARBIERI, 2011, p. 59). O mesmo ainda afirma que é necessária uma nova atitude por parte dos empresários e administradores, que

devem considerar o meio ambiente em suas decisões, contribuindo para uma melhoria na qualidade da empresa e aumento de sua competitividade. Ele ainda observa, entretanto, que para a maioria das empresas essas preocupações não se transformaram em ações, pois caso isso já estivesse acontecendo não haveriam os problemas ambientais de hoje, que prejudicam e põe em risco toda natureza.

No tocante a aspectos conceituais, observa-se que a partir da década de 90 têm-se buscado uma evolução dos conceitos de Gestão Ambiental (GA) para Gestão Socioambiental (GSA), a partir da inserção da variável ambiental à Responsabilidade Social, ampliando sua abordagem, no intuito de buscar o comprometimento do empresariado para a adoção de um comportamento ético que contribuísse para o desenvolvimento econômico, ao mesmo tempo em que se busca a melhoria na qualidade de vida dos empregados, de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

Segundo Tachizawa e Andrade (2012, p. 07), “A gestão socioambiental, portanto, torna-se um importante instrumento gerencial para capacitação e criação de condições de competitividade para as organizações, qualquer que seja o seu segmento econômico”. Para os autores, a integração das variáveis ecológicas e ambientais conseguirão vantagens competitivas e redução de custos para a empresa, além de incremento nos lucros a médio e longo prazos. Isto porque os consumidores do futuro, inclusive no Brasil, passarão a privilegiar não apenas a qualidade e o preço dos produtos, mas, sobretudo, o comportamento socioambiental das empresas fabricantes desses produtos (*Op. Cit.*, p. 07).

Neste sentido, apresenta-se o conceito de Gestão Socioambiental:

Gestão Socioambiental consiste na inserção da variável socioambiental ao longo de todo o processo gerencial de planejar, organizar, dirigir e controlar, utilizando-se das funções que compõem esse processo gerencial, bem como das interações que ocorrem no ecossistema do mercado, visando a atingir seus objetivos e metas da forma mais sustentável possível (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008, p. 18)

Os autores observam que os gestores das organizações precisam assumir um novo papel social e adequar os objetivos da organização a este, destacando que é necessário entender que por vezes existe uma inter-relação entre os impactos sociais, econômicos e ambientais existentes, conforme exemplifica:

Não é possível analisar a poluição de um rio apenas do ponto de vista ambiental, pois a poluição do rio causa também problemas sociais e econômicos quando mata o peixe que alimenta os pescados, afasta o turista que usufruía daquela área, provoca doenças nas comunidades que se abastecem daquela água, etc. (*Id.*, *Op. Cit.*, p. 07)

Portanto, são questões que devem ser abordadas de forma integrada, tanto do ponto de vista dos problemas causados como das soluções a serem implementadas.

Nascimento, Lemos e Mello (2008, p. 19) destacam que “a gestão socioambiental em uma organização pode ser desenvolvida com caráter filantrópico ou como objetivo estratégico”, e não somente relacionado à estratégia da empresa, como define o Ethos (2005). Quando se relaciona qualquer ação ao planejamento da empresa, está-se fazendo a Gestão Estratégica, seja essa ação de cunho social ou ambiental, o que, neste caso, seria definido como Gestão Socioambiental Estratégica, vinculado à sua Responsabilidade Socioambiental Corporativa. Por outro lado, Tachizawa e Andrade (2012, p. 29), discutindo sobre Responsabilidade Social, relatam que ela é convergente com estratégias de sustentabilidade de longo prazo, incluindo preocupação com os efeitos das atividades desenvolvidas pela empresa no contexto da comunidade em que se inserem, e acrescentam: “Excluem-se, portanto, atividades no âmbito da caridade ou filantropia tradicionalmente praticada pela iniciativa privada”.

De acordo com o IPEA (2006), estudos apontam que 70% das organizações no Brasil realizam algum tipo de ação social, muitas das quais são ações ambientais, como a adoção de uma praça, doações para instituições ambientalistas, ONGs, estímulo à coleta seletiva, dentre outras abordagens. Embora as organizações de grande porte se destaquem com a adoção de variáveis socioambientais nas suas estratégias, possuindo as maiores taxas de participação em ações comunitárias, as Micro e Pequenas Empresas (MPEs), por sua vez, também já vêm se empenhando neste sentido, realizando algum tipo de ação para fora da organização, apesar de empresas maiores terem mais condições de implementarem ações dessa natureza.

Nas micro e pequenas empresas a responsabilidade pela realização das ações sociais, segundo o IPEA, continua nas mãos dos donos ou da diretoria das empresas. Esta informação não é de surpreender, pois cerca de 90% do universo de empresas atuantes é formado por micro e pequenas empresas, e são justamente nessas empresas que o proprietário decide mais diretamente o que e como o seu estabelecimento deve atuar (IPEA, 2006).

O que se sabe é que a forma como as organizações lidam com as questões socioambientais é quem vai definir seu futuro. Ações ligadas ao Desenvolvimento Sustentável é algo que vai demandar uma nova maneira de pensar e agir, tanto por parte dos gestores das organizações, mas também dos governantes e da sociedade como um todo, e isso vai refletir diretamente na forma como os negócios estão sendo conduzidos pelas empresas (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

Seja qual for a organização, independente de setor, local de atuação ou do seu porte, as preocupações com a sociedade e com o meio ambiente devem nortear as suas ações, tanto do ponto de vista estratégico, como no seu âmbito interno de atuação, seja ele de curto, médio ou longo prazo. As organizações não são entidades isoladas; elas interagem o tempo todo, seja com os seus *stakeholders*, seja com o meio social ou natural, que, direta ou indiretamente, refletem e são refletidos em suas ações. Para Aligleri *et. al.* (2009), a credibilidade de uma organização não é construída isoladamente, mas influenciada pela imagem que ela passa ao mercado e à sociedade. Os consumidores, por exemplo, estão cada vez mais atentos à forma como um bem foi produzido e consideram em sua análise e decisão de compra não apenas aspectos vinculados à sua qualidade intrínseca, mas também aspectos socioambientais ligados à empresa, interna e externamente. Por isso, problemas socioambientais não devem ser tratados de forma isolada ou classificados como aqueles que existem fora ou dentro das organizações, devendo-se considerar a responsabilidade socioambiental para além da empresa e do processo produtivo, cuja abordagem será explicitada a seguir.

2.3 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A cultura da responsabilidade socioambiental está cada vez mais presente nas organizações, em função das mudanças de comportamento dos *stakeholders*, do governo, dos mercados e das próprias entidades. Diante de mudanças externas e demandas internas, as organizações estão procurando se adaptar a este novo cenário, incorporando práticas e atitudes de responsabilidade social e ambiental no seu modelo de gestão. Muitas avançaram em suas práticas, aprimorando a relação com funcionários, adotando estratégias para redução ou eliminação de impactos ambientais e investindo nas comunidades em que atuam. As práticas socioambientais nas organizações estão relacionadas à geração e distribuição de riqueza e renda, aos recursos humanos, à interação da entidade com o ambiente externo e à sua interação com o meio ambiente (CRC-RS, 2009).

É comum hoje em dia ver empresários e empresas divulgando em meios de comunicação sua participação em projetos sociais, em causas ambientais ou ações de doações. No entanto, a questão responsabilidade social, por exemplo, abrange muito mais do que simples doação financeira e material. As doações, confundidas geralmente com práticas sociais, nada mais são do que filantropia e ocorrem de forma esporádica. Já as práticas de responsabilidade, seja social ou ambiental, têm a ver com a questão estratégica da empresa, ou

seja, são traçadas metas para atender às necessidades internas e externas, de modo a garantir o lucro da empresa, assim como a satisfação e o bem-estar social e preservação do meio ambiente (ETHOS, 2005).

De acordo com o Instituto Ethos (2005), durante muito tempo as empresas eram pressionadas a voltar suas preocupações apenas para a qualidade dos produtos, com a competitividade dos preços e com a maximização dos seus lucros. Entretanto, nos dias de hoje o mundo requer uma nova visão organizacional, que diz respeito à ética, a transparência, a diversidade de aspectos socioculturais, econômicos, ambientais e aos direitos humanos, indispensável à sua atuação responsável. A Responsabilidade Socioambiental surge como um resgate da função essencial da empresa, cujo objetivo é promover o desenvolvimento sustentável, e que atualmente vai além dos aspectos ambientais e sociais, transcendendo para outras áreas, como a cultural e política.

Neste sentido, o que se espera das organizações (não somente das empresas, mas outras instituições, com ou sem fins lucrativos) é uma postura de comprometimento com o desenvolvimento sustentável, ou seja, que ela possa se envolver em práticas de proteção ao meio ambiente, investimento em educação e saúde dos seus colaboradores ou das comunidades locais, redução da pobreza, etc. Para que isso aconteça, é necessário que as empresas reconheçam que suas ações têm grande impacto social e ambiental onde atuam ao mesmo tempo em que reconhecem que suas ações trazem reflexos do ponto de vista econômico para suas organizações (ETHOS, 2012).

Observa-se, atualmente, que uma grande quantidade de empresas tem voltado sua atenção para problemas que vão além de suas considerações meramente econômicas, passando a se debruçarem para aquelas de ordem político-social, tais como a proteção ao consumidor, segurança e qualidade do produto, problemas ambientais, como controle da poluição, etc. (DONAIRE, 2013). Até então, as organizações achavam que suas responsabilidades se limitavam apenas à busca de lucros e redução dos custos. Por esse enfoque, chamado de “econômico”, as empresas consideravam que o que era bom para elas era bom para a sociedade de maneira geral. Conforme Aligleri *et. al.* (2011), essa era a visão empresarial que predominou ao longo de grande parte do século XX e respondia aos interesses apenas econômico-financeiros dos acionistas e empresários. De acordo com Jabbor e Jabbour (2011), o próprio conceito de Responsabilidade Social da época (conhecida como Responsabilidade Social Restrita) respaldava essa concepção, pois era baseada na premissa de que a única responsabilidade das organizações perante a sociedade era gerar lucro. Assim, à

medida que as empresas gerassem lucros, consequentemente, haveria maior arrecadação de tributos pelos cofres públicos, gerando mais empregos e desenvolvimento econômico.

No entanto, a partir da década de 60 do século passado esse cenário e entendimento vêm mudando, fruto da mudança de pensamento e de comportamento que está acontecendo na própria sociedade, ocasionando uma alteração na percepção das organizações quanto ao seu papel desempenhado na sociedade. A sociedade exige cada vez mais ações concretas por parte das empresas, no que se refere aos aspectos sociais e ambientais. Segundo Donaire (2013), contudo, é notório que muitos participantes do mundo dos negócios não concordam com essa influência da sociedade nas decisões de suas empresas. De fato, a influência decorrente das preocupações socioambientais afeta de formas diversas as micro, pequenas, médias e grandes empresas, e isto resulta em percepções diferentes por parte das organizações. Apesar disso, mesmo não concordando e até mesmo se rebelando contra esse contexto, as empresas estão sendo obrigadas compelidas a assumirem novas responsabilidades, e tendo que assimilar, ainda, que a tendência futura é que essas relações se imponham cada vez mais. De acordo com Aligleri *et. al.* (2009), essas mudanças de atitudes pelas empresas fazem parte de uma preocupação quanto à sua reputação diante da sociedade, e afeta suas estratégias voltadas para com os *stakeholders*, crescimento, sustentabilidade e transparência nos negócios.

Para Levi (2005), é necessário que as empresas se redimensionem em seu papel social, levando em consideração não só os interesses dos empresários ou acionistas, mas também de toda a população. É nesse momento que as empresas evidenciam seu papel social e ambiental, sua contribuição para o bem-estar e a qualidade de vida de toda a sociedade.

A lógica do conceito de Responsabilidade Socioambiental é analisada por Melo Neto e Froes (1999, p. 81) a partir da relação das organizações e o meio com o qual interagem:

A empresa consome recursos naturais, renováveis ou não, direta ou indiretamente, que são enorme patrimônio gratuito da humanidade; utiliza capitais financeiros e tecnológicos que no fim da cadeia pertencem a pessoas físicas e, consequentemente, à sociedade; também utiliza a capacidade de trabalho da sociedade, finalmente, subsiste em função da organização do Estado que a sociedade lhe viabiliza como parte das condições de sobrevivência. Assim, a empresa gira em função da sociedade e do que a ela pertence, devendo, em troca, no mínimo prestar-lhe contas da eficiência com que usa todos esses recursos.

Donaire (2013) também explica o sentido da existência da ideia de responsabilidade social por parte das empresas, o qual se fundamenta na liberdade que a sociedade concede à empresa para existir. Nessa perspectiva, existe um contrato social subentendido na relação empresa-sociedade. “Uma empresa, como outras organizações legítimas, tem a liberdade de

existir e trabalhar por um objetivo legítimo. O pagamento dessa liberdade é a contribuição da empresa para com a sociedade” (DONAIRE, 2013, p. 20). Por analogia, entende-se que a responsabilidade ambiental da empresa decorre dessa mesma relação, pois do mesmo modo que a empresa se utiliza dos recursos naturais existentes, sua contrapartida para com a natureza é usar esses recursos ao mesmo tempo em que trabalha para preservá-los, seja por meio da preservação, reposição ou através da redução dos impactos causados.

Por esse raciocínio, compreende-se que à medida que a sociedade e o meio ambiente mudam, as organizações devem se adaptar a essas mudanças. As organizações só têm razão de existir caso desempenhem um papel socialmente útil, que atenda não só às expectativas da sociedade como também as necessidades que a própria natureza possui. No momento que essas expectativas não são atendidas a contento, constata-se que o compromisso foi quebrado.

Sendo assim, a questão do lucro deve ser observada, na perspectiva de curto e longo prazo. Algumas organizações argumentam que os investimentos de ordem social e ambiental comprometem a lucratividade da empresa. Porém, não percebem que as ações de responsabilidade socioambiental oferecem condições favoráveis no longo prazo, pois aumentam a competitividade da empresa ao mesmo tempo em que contribuem para sua sobrevivência, visto que a existência das empresas se torna inviável diante de um meio ambiente e de uma sociedade degradada.

Dias (2011) relata que muito embora alguns empresários (principalmente das micro, pequenas e médias empresas) ainda possuam uma visão meramente econômica de suas empresas, não se importando com os aspectos externos, já ocorre uma mudança bastante sensível em relação à sua percepção da importância da questão ambiental e como ela pode afetar suas empresas no curto, médio e longo prazo. Nota-se que esse entendimento por parte das organizações e dos empresários em relação aos problemas ambientais ocorreu paralelamente com o crescimento dessa preocupação por parte de toda a sociedade.

As empresas que pensam no longo prazo e investem na responsabilidade socioambiental tornam-se mais competitivas, consolidando sua imagem no mercado e gerando para si grandes oportunidades. Para Kroetz (2003, p. 07), “as organizações que incorporam a cultura da responsabilidade social, acabam transformando-a em uma espécie de ativo intangível”, valorizando sua marca, seu valor e elevando seu potencial econômico. Aligleri *et. al.* (2009), no mesmo sentido, diz que as empresas mais competitivas nos dias de hoje são aquelas que sabem interpretar as tendências do mercado, as perspectivas da sociedade e empregam tecnologias e métodos de gestão sustentável nos seus processos. Fortalecer a

imagem empresarial e da marca através de práticas ecologicamente sustentáveis e socialmente justas é um importante fator estratégico e uma maneira eficiente de fidelizar clientes.

Em todo caso, o que deve ser levado em consideração pelas organizações é que a população atualmente possui um grande acesso às informações, e isto põe em evidência a situação social e ambiental em um contexto global, levando a uma politização dos cidadãos. A partir daí, a sociedade passa a se preocupar com o comportamento das empresas, cobrando maior participação na solução dos problemas, questionando seu papel social e exigindo que as elas passem a produzir produtos e serviços alinhados aos valores ambientais e sociais. É a partir do equilíbrio entre os interesses das organizações, do meio ambiente e da sociedade que a responsabilidade socioambiental ganha um sentido concreto.

Foi com a evidenciação dos problemas ambientais, a partir de meados do século passado, que as empresas têm sido cobradas para que suas responsabilidades fossem além da social. “O bem-estar humano começa a ser percebido como derivado do bem-estar do planeta e o desempenho social da empresa compreende também a preocupação ambiental”, como explica Aligleri *et. al.* (2009, p. 12), sendo daí que deriva o conceito de responsabilidade socioambiental.

O conceito de Responsabilidade Socioambiental emerge da ideia de que uma organização é responsável pelos impactos que suas ações e práticas produzem, tanto na sociedade quanto no meio ambiente. Savitz (2007, p. 02) afirma que Responsabilidade Socioambiental pode ser conceituada como “aquela que gera lucro para o acionista, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a qualidade de vida das pessoas com que mantém relações”. Para o Instituto Ethos (2005, p. 67), a Responsabilidade Socioambiental é entendida como a:

Forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Este parece ser um conceito que abrange grande parte dos propósitos de ações baseadas na responsabilidade socioambiental. Envolve o entendimento para as organizações de que suas decisões e práticas devem se voltar não somente para o aspecto econômico-financeiro, devendo contemplar também os aspectos sociais e ambientais. É por essa razão que Aligleri *et. al.* (2009) observa que a responsabilidade socioambiental é indissociada do conceito de sustentabilidade.

Entretanto, Nascimento, Lemos e Mello (2008) ressaltam que o conceito de Responsabilidade Socioambiental tem sido reduzido à responsabilidade corporativa, o que dificulta a identificação de padrões que permitam a adoção de conceitos mais abrangentes e precisos em torno do tema. Segundo eles, as definições encontradas atualmente estão relacionadas a diferentes proposições, entre as quais se incluem as contribuições sociais e filantrópicas, o comportamento ético e socialmente responsável, responsabilidade legal, dentre outras ações. Por um lado, isso faz com que as empresas se sintam mais à vontade para desempenhar ações conforme seu interesse e motivação própria, sem uma “padronização” do que se deve ou não fazer. No entanto, os autores ressaltam um aspecto negativo dessa ausência de “padrão”: “Dependendo do contexto, o conceito é aplicado de acordo com a vontade e a necessidade daquele que quer se colocar em evidência como socioambientalmente responsável” (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008, p. 182).

Não se pode pensar no bem-estar social sem levar em consideração o meio ambiente. O conceito de Responsabilidade Socioambiental decorre da união das ideias de Responsabilidade Social e Sustentabilidade. Isto fica evidente no próprio escopo da Norma NBR-ISO 26000, que trata das normas de Responsabilidade Social (ABNT, 2010, p. 07), quando, segundo ela: “O objetivo da responsabilidade social é contribuir para o desenvolvimento sustentável”.

A própria norma NBR-ISO 26000, portanto, também inclui a responsabilidade pelo meio ambiente dentro da Responsabilidade Social, quando se refere a ela como: “A responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento ético e transparente” (ETHOS, 2012, p. 97).

A NBR-ISO 26000 (ABNT, 2010, p. 43) em sua abordagem sobre o Meio Ambiente e Responsabilidade Social traz a responsabilidade ambiental de maneira à parte, porém, integrada à Responsabilidade Social:

A responsabilidade ambiental é um pré-requisito para a sobrevivência e prosperidade dos seres humanos. É, portanto, um aspecto importante da responsabilidade social. As questões ambientais estão fortemente ligadas a outros temas e questões centrais da responsabilidade social. A educação e capacitação ambiental são fundamentais na promoção do desenvolvimento de sociedades e estilos de vida sustentáveis.

A ISO 26000 é considerada como uma das mais importantes iniciativas internacionais no campo das normas de conduta e responsabilidade social, apresentando características diferenciadas em relação às outras normas ISO já amplamente utilizadas no mercado

(ALIGLERI *et. al.*, 2009). Um ponto interessante da Norma ISSO 26000 é que ela não é certificável nem tem caráter de sistema de gestão.

Outro destaque da ISO 26000 é que ela é aplicável a todos os tipos de organização, independente do porte, localização, natureza de atividade e produtos, cultura, sociedade, ambiente de operações, organizações governamentais ou não governamentais (ALIGLERI *et. al.*, 2009). Isso mostra sua preocupação com a Responsabilidade Social e sua aplicabilidade nas empresas de menor porte, que ela chama de pequenas e médias empresas/organizações (PMO). Para efeito da norma, as PMO também incluem aquelas organizações muito pequenas, mais conhecidas como “micro” empresas/organizações. Segundo ela, a aplicação da responsabilidade social das PMO pode ser realizada através de ações práticas, simples e com uma boa relação do custo-benefício, e que não precisa ser complexa ou dispendiosa.

A referida norma ainda aponta que as PMO devido ao seu pequeno porte e flexibilidade, oferecem grandes oportunidades, principalmente no que diz respeito à responsabilidade social. Observa também que dentre suas características estão o fato de serem flexíveis em termos de gestão organizacional, frequentemente terem um contato mais próximo das comunidades locais e sua direção exercer uma influência mais imediata nas atividades da empresa. Além disso, a responsabilidade social deve envolver uma abordagem integrada da gestão das atividades e dos impactos das suas decisões na sociedade e no meio ambiente, considerando o porte na avaliação dessas ações (ABNT, 2010).

Dentre os temas incluídos na abordagem da Responsabilidade Social e que pautam a estrutura da Norma ISO 26000 (ABNT, 2010), estão: governança organizacional, direitos humanos, práticas de trabalho, meio ambiente, práticas justas de operação, questões dos consumidores e, por último, envolvimento e desenvolvimento da comunidade. A própria norma aponta em seu texto os benefícios que sua aplicação pode gerar para as organizações, dentre os quais pode-se destacar:

- a) estímulo a um processo decisório com decisões fundamentadas e baseadas em uma melhor compreensão das expectativas da sociedade, das oportunidades associadas à responsabilidade social (inclusive um melhor controle dos riscos legais) e dos riscos de não ser socialmente responsável;
- b) melhoria das práticas de gestão de risco da organização;
- c) melhoria da reputação da organização e promoção de uma maior confiança por parte do público;
- d) melhoria da competitividade da organização, incluindo acesso a financiamento e *status* de parceiro preferencial;
- e) melhoria do relacionamento da organização com as suas partes interessadas, dessa forma expondo a organização a novas perspectivas e ao contato com diferentes partes interessadas;
- f) aumento da fidelidade, do envolvimento, da participação e da moral dos empregados;

- g) melhoria da saúde e segurança dos trabalhadores de ambos os sexos;
- h) impacto positivo na capacidade da organização de recrutar, motivar e reter seus empregados;
- i) economia resultante do aumento de produtividade e eficiência no uso dos recursos, redução no consumo de energia e água, redução do desperdício e recuperação de subprodutos valiosos;
- j) maior confiabilidade e equidade das transações por meio de envolvimento político responsável, concorrência leal e ausência de corrupção; e
- k) prevenção ou redução de possíveis conflitos com consumidores referentes a produtos ou serviços. (ABNT, 2010, p. 20 – ADAPTADO)

Como se vê, o papel das organizações através de suas práticas de responsabilidade socioambiental é muito importante no processo de mudanças pelas quais o mundo passa, pois elas surgem como agentes de transformação e desenvolvimento da sociedade, adquirindo uma postura de responsabilidade para proteção do meio ambiente e do bem-estar da social. Na visão de Dias (2011), independente do porte ou setor de atuação, as empresas mais dinâmicas e competitivas são aquelas que assumem uma postura ambiental mais proativa envolvendo-se em ações que ultrapassam a sua área específica de atuação, ganhando respeitabilidade e afirmando-se como uma empresa líder no seu mercado.

No entanto, Aligleri *et. al.* (2009) ressaltam que as preocupações socioambientais devem permear todos os ambientes das organizações, onde todos os colaboradores devem assimilar essa nova filosofia e perceberem-se como agentes ativos no processo dessas mudanças. Portanto, as práticas de responsabilidade socioambiental não dependem somente do gestor, pois, muitas vezes, essas ações não necessitam de investimentos de recursos, mas de valores organizacionais que deem suporte a essa filosofia.

Por essas razões, a pesquisa é norteada pela busca do entendimento acerca das práticas de gestão socioambiental nas micro e pequenas indústrias, cujos aspectos serão explicitados nos tópicos a seguir.

2.4 MICRO E PEQUENAS INDÚSTRIAS

Este capítulo traz uma abordagem para o entendimento acerca das Micro e Pequenas Indústrias e, para tanto, foi dividido entre três partes. Na primeira, são tratados os aspectos conceituais e legais das Micro e Pequenas Empresas (MPE's) no Brasil, necessários para entender as classificações entre as várias modalidades desses empreendimentos. Na segunda parte, aborda-se as Micro e Pequenas Empresas e os aspectos socioambientais ligados à sustentabilidade empresarial. E, em seguida, trata-se sobre as Micro e Pequenas Indústrias,

onde será mostrado os conceitos básicos da atividade industrial, bem como sua inserção no contexto socioambiental brasileiro.

2.4.1 Micro e Pequenas Empresas

De acordo com Mamede (2010), a palavra “empresa” vem do latim “*imprehendere*”, originado na Itália do século XIII, da palavra “*impresa*”, cuja acepção seria “organização produtora de bens econômicos”. Segundo o autor, a empresa é uma “criação humana, resultado da evolução instrumental e conceitual da sociedade que a constituiu como meio otimizado para a constituição de resultados visados para o trabalho humano” (MAMEDE, 2010, p. 32).

Na concepção de Ramos (2014, p. 473), empresa é aquela entidade que “exerce atividade organizada para produção ou circulação de bens ou serviços”. Neste sentido, atividade econômica organizada pode ser entendida como aquela em que, além do objetivo do lucro, há uma articulação de diversos fatores de produção, quais sejam, capital, mão-de-obra, insumos e tecnologia, orientados para a consecução de objetivos comuns dentro da entidade.

Não existe um critério único para definir as empresas, sendo os mais utilizados aquelas definições pelo Setor Econômico (primário, secundário e terciário), pela forma jurídica e pelo porte (tamanho). No Brasil, as empresas são classificadas, geralmente, conforme o tamanho ou porte, a maioria delas representadas por micro e pequenas empresas (mais de 90% do total).

O número de empregados e o faturamento bruto anual (Receita Bruta Anual) são os critérios mais utilizados para classificar as empresas pelo porte. Existem vários critérios de classificação das micro e pequenas empresas nessa abordagem, dentre os quais, o critério da Receita Federal do Brasil, que classifica conforme a Receita Bruta anualmente auferida. O SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em contrapartida, adotam como critério o número de funcionários (este será o critério de classificação utilizado neste trabalho). Já o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), considera o critério do Faturamento Bruto Anual, o mesmo adotado pela RFB e pela Lei Complementar 123/06 (Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte), que instituiu o SIMPLES NACIONAL (regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido previsto na Lei Complementar nº 123, de 2006, aplicável às Microempresas e às Empresas de Pequeno Porte,

a partir de 01.07.2007). Essa diversidade de conceitos se dá em função de serem distintos os objetivos das instituições que as classificam.

Conforme o Art. 3º da Lei Complementar 123/06, consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

- I - no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e
- II - no caso da empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

De acordo com o Art. 14 da Instrução Normativa Nº 103/07 do Departamento Nacional de Registro de Comércio (DNRC) “As microempresas e empresas de pequeno porte acrescentarão à sua firma ou denominação as expressões ‘Microempresa’ ou ‘Empresa de Pequeno Porte’, ou suas respectivas abreviações, ‘ME’ ou ‘EPP’”.

Para o SEBRAE (2014), as empresas recebem sua classificação em relação ao seu porte ou tamanho, conforme o número de empregados e de acordo com o setor, conforme quadro abaixo:

Quadro 1: Classificação das empresas conforme o SEBRAE

CLASSIFICAÇÃO	SETOR PRODUTIVO	NÚMERO DE EMPREGADOS
Micro Empresa	Indústria	Até 19
	Comércio e Serviços	Até 09
Pequena Empresa	Indústria	De 20 a 99
	Comércio e Serviços	De 10 a 49
Empresa de Médio Porte	Indústria	De 100 a 499
	Comércio e Serviços	De 50 a 99
Empresa de Grande Porte	Indústria	Acima de 500
	Comércio e Serviços	Acima de 100

Fonte: SEBRAE (2015). Adaptado pelo Autor.

Segundo Gonçalves e Koprowski (1995, p. 34), as pequenas empresas são definidas como “aquelas que, não ocupando uma posição de domínio ou monopólio no mercado, são dirigidas por seus próprios donos, que assumem o risco do negócio e não estão vinculados a outras grandes empresas ou grupos financeiros”. Ou seja, nos micro e pequenos negócios, sua administração se dá por conta do proprietário, que é o responsável por todas as decisões dentro do negócio, das mais variadas naturezas. É o empresário-proprietário quem decide o

que, como, quando e quanto produzir, por quanto vender, etc. Enfim, todas as decisões de caráter de gestão são tomadas por uma única pessoa (ou por poucas pessoas).

Outra definição de pequenos negócios trazida por Resnik (1990, p. 07), diz que o que “caracteriza de forma especial a pequena empresa (além da exigência fundamental de que o proprietário-gerente administre e mantenha controle total sobre todos os aspectos da empresa) são os seus recursos muito limitados.” Isso revela o caráter sensível que as micro e pequenas empresas possuem em relação às demais, pois muitas vezes sua maior preocupação não é nem se expandir, e sim, sobreviver no mercado, geralmente muito acirrado e competitivo. Além disso, Barros e Modenesi (1993) enfatizam que as empresas de modo geral e em todo mundo são muito afetadas quando das dificuldades no cenário econômico, tornando difícil as decisões nas grandes empresas, porém afetando de forma mais acentuada as pequenas.

Lemes Júnior e Pisa (2010) destacam que um grande obstáculo ao desenvolvimento das micro e pequenas empresas corresponde à falta de capacitação profissional por parte dos gestores. Essa situação advém de dois fatores: em primeiro lugar, a existência de elevado empreendedorismo por necessidade (quando o indivíduo parte para a criação do próprio negócio por não lhes restar alternativa); e em segundo, pela grande quantidade de empresas familiares sem gestão profissional.

O resultado dessa situação é que a empresa começa a ter resultados insatisfatórios, decorrentes de fatores como: falta de planejamento; pouca inovação; baixa nas vendas; insuficiência de caixa e inadimplência. Por fim, o resultado é o esperado fechamento da empresa, em virtude desses problemas. Soma-se a essas dificuldades de gestão a falta crônica de capital de giro, o excesso de tributos, exigências burocráticas excessivas, concorrência desigual, além das mais altas taxas de juros do mundo.

O Sebrae (2011) aponta, em relação à taxa de mortalidade das empresas no Brasil, que a maioria não sobrevive aos primeiros cinco anos a partir do início de suas atividades. Os estudos mostram que as maiores dificuldades das empresas estão nos dois primeiros anos de atuação.

Estudos do Sebrae (2014) também identificaram que uma grande dificuldade enfrentada pelas micro e pequenas empresas abertas é que ao abrir a empresa os empreendedores não levantam informações importantes a respeito do mercado no qual estão se inserindo, como o potencial dos clientes, os hábitos de consumo, a necessidade de capital de giro, o número de concorrentes, informações sobre fornecedores, aspectos legais do

negócio, dentre outras informações essenciais de planejamento, iniciando suas atividades sem grande preparo prévio.

Dos micro e pequenos negócios abertos, grande parte é por oportunidade (quando identificam um nicho de mercado em potencial) e a outra parte é por necessidade (falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda). Essa identificação é importante, no sentido de identificar os motivos para as altas taxas de mortalidade das empresas no Brasil. Lemes Júnior e Pisa (2010) ressaltam que existem muitos casos de pessoas que iniciaram um negócio por absoluta falta de opção e, hoje, são bem-sucedidas. Mas observam que a batalha inicial dos que começaram seu negócio por necessidade é, de modo geral, muito mais difícil em relação aos empreendedores por oportunidade, que, geralmente, abrem seus negócios possuindo conhecimentos prévios e recursos, o que não significa, no entanto, que não haja falência nesse nicho.

Neste sentido, é importante observar que em grande medida o fracasso das micro e pequenas empresas se dá pelo despreparo profissional dos seus gestores (ou pequenos executivos), o que contribui de modo decisivo para os maus resultados desses empreendimentos. Ferronato (2011) aponta que essa dificuldade decorre, em parte, da culpa dos próprios gestores desses negócios, que pouco se esforçam para buscar conhecimentos mínimos de como administrar suas pequenas firmas.

A origem da maioria dos micro e pequenos negócios se dão com a utilização de recursos próprios ou da própria família. Para o Sebrae (2014), dos que permanecem no mercado, 9 em cada 10 se dizem satisfeitos com a opção de empreender, satisfação decorrente do sentimento de liberdade, independência e retorno financeiro. Destes, a maior parte pretende expandir seus negócios. Dos que estão insatisfeitos com o empreendimento, grande parte reclama da falta de lucros, impostos elevados e falta de apoio.

Aqueles que fecham seus negócios apontam que o principal motivo é a falta de capital ou lucros. Um ponto a ser observado é que, no caso de fechamento de uma empresa, ao encerrar um sonho (o desejo de ter o próprio negócio), gera-se sentimentos negativos no empreendedor, como frustração, perda, tristeza e mágoa. Além disso, não bastasse a frustração e a tristeza, ainda há a perda financeira, já que mais da metade dos empreendedores perde tudo ou parte do dinheiro investido, dinheiro que é, na maior parte, próprio ou de familiares (SEBRAE, 2014).

Recomenda-se que haja um planejamento prévio de pelo menos seis (06) meses antes da abertura de um negócio, para que se conheça melhor o mercado, aumentando as chances de

sobrevivência e sucesso da empresa. Além disso, é importante ter um plano de ações para se atingir metas e os objetivos e saber aonde se quer chegar. Intensificar o contato com instituições de apoio (SEBRAE, SENAI, SENAC, etc.), com outras empresas, bancos, entidades e o Governo também aumentam as chances de sobrevivência.

De acordo com Ferronato (2011), as empresas assumem um papel predominante na sociedade, e quando o assunto diz respeito ao crescimento das economias locais, os pequenos negócios tornam-se exponenciais. Segundo o mesmo autor, nenhum município brasileiro (nem mesmo o país) tem condições de atrair empresas gigantes de uma hora para outra; entretanto, é possível que se constituam inúmeras firmas de pequeno porte nestas localidades. Por isso, é necessário o entendimento da importância que envolve as empresas micro e de pequeno porte no contexto socioeconômico local, regional e até mesmo nacional.

Por essa ótica, observa-se que as micro e pequenas empresas exercem um papel fundamental na economia do país, no que se refere à geração de emprego e renda para a população. Essa importância se verifica nas grandes cidades, mas nas pequenas esse cenário é ainda mais evidente. O impacto social e econômico que os pequenos e micro negócios exercem sobre os municípios de menor porte é enorme, pois são nestas localidades onde os pequenos negócios se constituem como principal fonte econômica, através dos setores do comércio, prestação de serviços ou de pequenas indústrias (LEMES JÚNIOR; PISA, 2010).

Conforme o Sebrae (2011), mais da metade dos empregos com carteira assinada no Brasil estão nas micro e pequenas empresas. Neste caso, a sobrevivência desses empreendimentos é indispensável para o desenvolvimento econômico do país. Para Ferronato (2011, p. 02), as micro e pequenas empresas correspondem a “um setor estratégico de propulsão da atividade econômica, especialmente no Brasil, que não cria muitas oportunidades de emprego”.

Ferronato (2011) ainda observa que, quando os empregos andam escassos no Brasil, não é novidade o alto nível de postos de trabalho gerados pelas micro e pequenas empresas. Nota-se uma relevância enorme dos micro e pequenos negócios no âmbito dos municípios brasileiros, que são incapazes de produzir ou de atrair grandes empresas. O mesmo autor afirma que micro e pequenas empresas quando inquestionavelmente bem-sucedidas, elas contribuem para o desenvolvimento econômico da nação. Destaca ainda que essas empresas contribuem sobremaneira para o crescimento do Produto Interno Bruto do Brasil, gerando riqueza, democratizando o acesso ao trabalho, além de incrementar a democratização dos meios de produção para maior número de pessoas dispostas a investir.

Portanto, as micro e pequenas empresas se inserem em um contexto essencial para o país, onde se tem buscado não só a sobrevivência dessa categoria empresarial, como também seu crescimento no mercado. O sucesso das empresas nesse nicho acaba provocando benefícios não só internamente para o setor privado, como também para o setor público, haja vista que o sucesso microempresarial acaba por provocar reduções em problemas sociais, como diminuição das taxas de desemprego, fornecem produtos e serviços muitas vezes inovadores e provocam o desenvolvimento de pequenas e médias comunidades, beneficiando, assim, toda a sociedade e contribuindo para o crescimento e desenvolvimento econômico-social do país. Observa-se também que o governo, compreendendo a importância dessas empresas e percebendo as dificuldades do setor, tem buscado ajudar, através de leis que simplificam a arrecadação e abertura de empresas, elevando o teto tributário de algumas categorias, a fim de que a redução ou desoneração da carga tributária as tornem mais competitivas e lucrativas. Por essa linha, apesar de todos os entraves e dificuldades enfrentados no dia-a-dia dessas empresas (como carga tributária, falta de recursos, dificuldades de acesso ao crédito, capacitação gerencial, mão de obra, concorrência forte, etc.), ainda é possível se manter otimista quanto às perspectivas de um futuro promissor para essas empresas.

2.4.2 Micro e Pequenas Empresas no Contexto Socioambiental

Desde a Revolução Industrial as empresas vêm passando por transformações, afetadas por mudanças tecnológicas, nos processos e nas relações com os diversos setores com os quais possuem relações. No primeiro momento, quase ou nenhuma preocupação existia no que diz respeito às externalidades relacionadas aos impactos à sociedade ou ao meio ambiente. Com o tempo, as preocupações ambientais e sociais passaram a ser exigidas das empresas, pois a sociedade passou a cobrar uma mudança de postura em relação aos danos ambientais, ao mesmo tempo em que exigiam um novo comportamento social, como uma contrapartida pelo que a comunidade lhe oferecia.

Os processos de Gestão Socioambiental, que já são disseminados nas grandes organizações, passam também a fazer parte de um novo paradigma, fundamental para o crescimento das micro, pequenas e médias empresas. Esse processo, embora mais difundido para as empresas de maior porte, também é possível, simples e viável para as empresas de porte menor (FIRJAN, 2014).

Os sistemas de gestão ambiental (SGA), por exemplo, são aplicáveis a qualquer atividade econômica, de qualquer tamanho, e possibilita à empresa “identificar, controlar, minimizar e até eliminar os riscos ambientais de suas atividades, produtos e serviços”. (FIRJAN, 2014, p. 29). Hoje em dia, as empresas que possuem um sistema de gestão ambiental em funcionamento, mais do que valorizadas e reconhecidas, são também cobradas pela sociedade, no intuito de que elas pratiquem e divulguem suas ações ambientais.

Outro ponto a ser observado é que as grandes empresas estão procurando se adequar aos sistemas de gestão ambiental (SGA), principalmente aderindo à certificação da norma ISO 14001, e exigindo de suas cadeias de fornecedores também suas adequações, de modo que as micro e pequenas empresas que desejam ou desejarem manter relacionamento de fornecimento de produtos ou serviços também deverão se adequar. Assim, as empresas de menor porte que desejam conquistar clientes que possuem certificação ambiental têm diante disso um estímulo, ou mesmo um desafio, para atender as exigências de sustentabilidade que essas empresas praticam, pois essas certificações são as credenciais para grandes mercados.

Este cenário mostra que as micro e pequenas empresas estão sendo motivadas a adotarem práticas de responsabilidade socioambiental, visto que os consumidores brasileiros e o público em geral têm-se mostrado cada vez mais preocupados com os impactos causados pelas organizações no meio ambiente e seu papel como agente de transformação da sociedade; estão, dessa forma, compelidas a oferecerem produtos e serviços com responsabilidade socioambiental, e os consumidores, despertando seu interesse, acabam por tornarem-se, gradativamente, consumidores éticos.

Ferronato (2011) afirma que a boa imagem das micro e pequenas empresas perante o consumidor e o mercado perpassam pela convivência em harmonia e equilíbrio com a natureza. Destaca que esses negócios que oferecerem ao mercado produtos inofensivos ao meio ambiente podem obter uma vantagem competitiva em relação a produtos e serviços similares. Isso porque os compradores de hoje sentem que devem adquirir produtos seguros, confiáveis e honestamente anunciados, fazendo com que as empresas adotem uma postura real de responsabilidade socioambiental, e não somente um *marketing* para ser bem visto pelo mercado.

Por outro lado, para Farias e Teixeira (2002), um dos grandes desafios atuais é mostrar para micro e pequenas empresas a importância de mudar a concepção sobre o meio ambiente e adequar seus processos produtivos aos limites e condições que os meios natural e social impõem. Os autores apontam que dentre os problemas para as micro e pequenas empresas se

envolverem na questão socioambiental estão a limitação de recursos financeiros para investimentos nessa área, além de falta de tempo disponível dos seus gestores para preocupações dessa natureza, visto que quase sempre são eles os únicos responsáveis pelo gerenciamento de todas as atividades do negócio.

No âmbito interno, deve-se buscar difundir uma cultura corporativa que apoie uma saudável relação com o meio ambiente e com a sociedade, consolidando sua política de responsabilidade socioambiental e promovendo a formação de uma consciência social responsável por parte dos seus agentes internos. Essas ações devem ser aplicadas por todas as empresas, independente do porte, o que significa que as micro e pequenas empresas também possuem a mesma responsabilidade perante seus colaboradores e a sociedade. Com relação aos gestores dessas micro e pequenas organizações, destaca-se seu papel na condução dessa nova política e postura empresarial, visto que o empresário ao adotar uma conduta “responsável e ambientalmente correta implica que a organização é sensível e, ao mesmo tempo, que suas estratégias e táticas buscam ser indutoras da melhoria de qualidade de vida dos cidadãos” (FERRONATO, 2011, p. 173).

Inserir a variável socioambiental nas micro e pequenas empresas aparece como uma grande oportunidade de inovação em um nicho no qual se vê poucas ações neste sentido, sendo uma maneira de consolidar uma mudança de comportamento de baixo para cima, tendo em vista que essas ações são mais bem observadas em empresas de maior porte. De acordo com Longenecker *et al.* (1997, p. 14), as micro e pequenas empresas “oferecem contribuições excepcionais, na medida em que fornecem novos empregos, introduzem inovações, estimulam a competição, auxiliam as grandes empresas e produzem bens e serviços com eficiência”. Elas oferecem, portanto, uma oportunidade interessante em relação às demais, pois, em virtude de seu tamanho, se torna mais fácil engajar seus colaboradores na busca pela sustentabilidade dos seus negócios.

Em todas as economias do mundo, os micro e pequenos negócios correspondem a grande parte das empresas existentes e também o maior gerador de empregos. De acordo com o Sebrae (2012), no Brasil, da mesma forma, as micro e pequenas empresas representam por mais de 90% dos empreendimentos existentes, respondendo por mais de 70% das novas vagas criadas a cada ano e por mais de 40% da massa salarial empregada formalmente. Essa alta representatividade reforça a ideia de que não há como planejar o crescimento e desenvolvimento sustentável de um país sem incluir essas micro e pequenas empresas. Esse setor empresarial funciona como um grande motor da economia, pois é comum quando a

economia se encontra desacelerada verificar-se um aumento na criação de micro e pequenos negócios. Em um mercado cada vez mais exigente, a inovação pode servir de propulsor para o crescimento e desenvolvimento dessas empresas, incluindo a gestão sustentável na política de desenvolvimento interno e tornando-se mais competitivas. Essas empresas devem estar abertas à inovação de ideias e ações, visto que a sustentabilidade surge como um dos principais temas a serem implementados em todos os setores do mundo no século XXI.

As práticas sustentáveis, na qual se inclui a gestão ambiental, na maioria das vezes, não requer investimentos. Trata-se, basicamente, da implementação de ideias simples, quando da aplicação de técnicas que tornam seus processos mais eficientes e provocam redução dos custos, através da redução de consumo de energia e matérias-primas, bem como a reutilização ou reciclagem de materiais para o reaproveitamento dentro da empresa (SEBRAE, 2012).

De acordo com Hart (*in* SEBRAE, 2012, p. 56), "as pequenas empresas - não qualquer uma, mas um tipo particular delas - têm a chave para conduzir um mundo mais sustentável". Hart (*Op. Cit.*, p. 56) acredita que o desenvolvimento sustentável tem maior chances de sucesso se ela for implementada "de baixo pra cima", incluindo as camadas mais populares da sociedade (a base da pirâmide) na concepção e desenvolvimento desse objetivo. Vendo um erro na elaboração das políticas de desenvolvimento sustentável mais voltadas para o topo da pirâmide social, o autor faz uma observação interessante ao considerar que a conexão de pequenos negócios com a comunidade mais carente pode ser uma chave para o mundo mais sustentável. Esclarece que não basta às empresas serem ecoeficientes em seus processos; é necessário a elaboração de produtos que sejam viáveis para aquisição por camadas mais baixas da sociedade, promovendo, assim, a integração social do consumo sustentável.

Dessa forma, observa-se que a ecoeficiência será algo como quase automático para as empresas adotarem, já que se trata de um aspecto ligado à redução de custos e, por consequência, a rentabilidade e sobrevivência da empresa. É preciso ir além e adotar uma estratégia inclusiva da população como um todo e as micro e pequenas empresas exercem um papel fundamental nesse novo horizonte, pois são elas que se aproximam mais das camadas mais baixas da população.

Portanto, conforme destaca Ferronato (2011), é uma questão de sobrevivência para as micro e pequenas empresas pautar suas ações em valores baseados em responsabilidade socioambiental, o que revela certo grau de maturidade por parte dessas organizações. Por sua vez, seus gestores devem estar conscientes de que o caminho do progresso do micro ou pequeno negócio não passa unicamente pelas operações voltadas para os aspectos financeiros

e econômicos, devendo o mesmo ser solidário e se despertar para valores e princípios de cidadania. O autor destaca também que a responsabilidade da empresa cidadã está pautada na busca pela capacidade de satisfazer as necessidades da sociedade no presente, sem comprometer a habilidade das futuras gerações de satisfazerem suas próprias necessidades.

2.4.3 Micro e Pequenas Indústrias e Aspectos Socioambientais da Atividade Industrial no Brasil

De acordo com Sousa (2005), a economia é dividida em três setores: setor primário, que envolve a agricultura e a pecuária; o setor secundário, que agrega as indústrias de todos os tipos; e o setor terciário, que engloba o comércio e serviços. O autor explica que, de maneira geral, a indústria pode ser dividida em três blocos de fundamental importância para a economia: em primeiro lugar, aparece a indústria de extração mineral e vegetal, que são aquelas relacionadas à produção natural, como, por exemplo, minérios, madeiras e outros vegetais; em seguida, tem-se a indústria de beneficiamento, que trabalha o produto *in natura*, beneficiando-o e levando-o para o comércio; e, por último, a indústria de transformação, que tem por objetivo trabalhar os produtos extrativos ou beneficiados, gerando outro produto que o mercado exige a cada instante.

A palavra “indústria”, segundo Cabral (1994, p. 01), vem do inglês “*industry*” que significa, em sentido estrito, “qualquer atividade econômica especialmente de manufatura”, e, em sentido amplo, “qualquer atividade econômica de grande escala”. O mesmo autor define indústria como “a atividade econômica que se utiliza de uma técnica, dominada, em geral, pela presença de máquinas ou maquinismos, para transformar matéria-prima em artefatos acabados”. Por sua vez, Kon (1999, p. 12-13) conceitua indústria como “um conjunto de firmas que elaboram produtos idênticos ou semelhantes quanto à constituição física ou ainda baseados na matéria-prima, de modo que podem ser tratados analiticamente em conjunto”. Sousa (2005, p. 15), explica que a palavra indústria é caracterizada por vários significados, englobando “desde uma empresa de pequeno porte, até uma fábrica de qualquer tamanho de um parque industrial, que trabalhe com atividade de transformação, que usem maquinarias que tenham como objetivo criar um terceiro produto”.

De acordo com Corrêa (2009, p. 171), “Indústria é toda atividade humana que, por meio do trabalho, transforma matéria-prima em outros produtos, que em seguida podem ser (ou não) comercializados”. Micro e Pequenas Indústrias (MPIs) correspondem, portanto, a

uma categoria de empresas que trabalham com a transformação de matéria-prima em produtos com vistas ao consumidor final. De acordo com Andrade (2002, p. 01), as micro e pequenas indústrias fazem parte de um setor fundamental para a economia brasileira, destacando-se por sua “marcante presença no cenário sócio-político-econômico brasileiro, tanto em termos numéricos quanto por sua atuação em todos os ramos de atividades e em todos os setores - industrial, comercial e de serviços.

Conforme ensina Kon (1999), as indústrias podem apresentar-se, seja pelo ponto de vista do aporte de capital, do seu tamanho físico ou pelo número de funcionários, em grandes, médias, pequenas ou microempresas, ou mesmo como empresas familiares. De acordo com Sousa (2005), os economistas costumam classificar o tamanho das indústrias pelo número de funcionários que nela trabalham; porém, é importante considerar que existem outras formas de dimensionar uma empresa, como é o caso de se verificar o tamanho pelo seu faturamento anual, o que corresponde ao valor produzido e vendido no transcorrer de um ano. O mesmo autor ressalta a importância da utilização desse critério de classificação: “Isso é um fato, porque se sabe que uma pessoa é rica ou pobre pelos recursos que possui e não pelo número de operários que mantém sob seu comando” (*Op. Cit.*, p. 25).

Independente do porte, as indústrias apresentam, no contexto econômico-social de uma nação, um papel fundamental na geração de emprego e renda, no avançar tecnológico e na promoção do bem-estar social. Contudo, o desafio atual é conseguir harmonizar crescimento econômico com a preservação do meio ambiente e melhoria da qualidade de vida das pessoas. Para se entender essa dinâmica, é necessário se remontar à origem da industrialização no Brasil, para melhor compreender como a variável socioambiental se insere nesse setor.

No Brasil, sua fase de industrialização se inicia basicamente a partir dos anos 1930, porém, esse processo se intensificou principalmente a partir da década de 1990, decorrente do processo de liberalização da economia, estabilização da moeda nacional e consolidação da economia brasileira no cenário mundial. No entanto, até por volta da década de 1970, o desenvolvimento do Brasil esteve praticamente desconectado das ideias de sustentabilidade. Por essa época, a partir da Conferência de Estocolmo em 1972, os debates mundiais sobre o meio ambiente começavam a ganhar voz e empolgavam as discussões acerca do futuro do planeta e da humanidade. Entretanto, esse debate só veio a ter alcance no Brasil na década de 1980, marcado com a aprovação da Política Nacional do Meio Ambiente (Lei nº 6.938, de 31

de agosto de 1981). A importância do meio ambiente considerado nesse período culminou com a dedicação ao tema de um capítulo da Constituição de 1988.

De acordo com a CNI (2002), o impacto das medidas ambientais na indústria brasileira a partir daí foi bastante significativo, cujas necessidades de atender às exigências legais e de licenciamento fizeram com que aproximadamente 85% das indústrias na década de 1990 passassem a adotar alguma medida associada a procedimentos de preservação ambiental nas suas atividades. Observa, entretanto, que não foi somente o fator legislação e exigências ambientais que impulsionaram a busca por padrões de produção sustentáveis a partir desse período. A promoção de estratégias baseadas na competitividade ambiental cumpriu um papel significativo na inserção das indústrias brasileiras no novo ambiente econômico, contribuindo para a melhoria da ecoeficiência das empresas. Foi neste sentido que as empresas passaram a adotar medidas redução de consumo de energia e de insumos produtivos, diminuição de desperdícios, reaproveitamento e reciclagem de materiais, conservação e aumento da eficiência operacional.

A partir daí, verificou-se que as empresas industriais na década de 1990 passaram a investir na sustentabilidade ambiental nos seus negócios, adotando algum procedimento relacionado à gestão ambiental, que, no primeiro momento eram investimentos ligados à redução de perdas e refugos de materiais e produtos acabados, havendo também investimentos no tratamento e controle de efluentes, redução de ruídos e controle de energia. Contudo, foi por volta do ano 2000 que as empresas passaram a privilegiar outras áreas, investindo também em melhoria de projetos, design e embalagens; treinamento de mão de obra para a gestão ambiental e implantação de sistemas de gestão ambiental. Este cenário indicou um fortalecimento e disseminação de uma postura pró-ativa na busca pela sustentabilidade ambiental, em que se baseou na adoção voluntária de normas e procedimentos ambientais, e não por via de uma adequação às exigências legais (CNI, 2002).

Desde 1992, o Brasil passou a adotar um processo de certificação voluntária, inicialmente com a Norma ISO 9000 (para gestão da qualidade), o que conferiu um destaque internacional ao parque industrial brasileiro, colocando a indústria brasileira em condições de competitividade global, e posteriormente também com a adoção da ISO 14000 (diretrizes para gestão ambiental), o que revelou ainda mais a maturidade empresarial das indústrias nacionais.

Atualmente, verifica-se um perfil bem diferente por parte das indústrias do Brasil, comparadas ao início da década de 1990, o que revela um avanço no padrão de

sustentabilidade nos seus produtos e processos. Soma-se a isso, uma postura empresarial mais voltada para as preocupações atuais, no que diz respeito à responsabilidade socioambiental, onde se constata não só a adoção de uma preocupação ambiental em seus negócios, como também a incorporação de valores éticos e culturais nas suas decisões. De acordo com IPEA (2006), mais da metade das empresas no Brasil realizam, em caráter voluntário, algum tipo de ação social voltada para suas comunidades. Além disso, as indústrias brasileiras contam atualmente com uma rede de instituições do Sistema CNI (como Sesi e Senai), que agem como agentes difusores de iniciativas voltadas para a melhoria da qualidade dos trabalhadores e aumento da capacidade produtiva e competitiva das indústrias no Brasil.

Após a realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (Rio 92) e a promulgação da Agenda 21 (documento criado na Conferência, que propõe práticas de desenvolvimento sustentável para nações, estados e municípios, baseados na proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica), as indústrias brasileiras passaram a ser norteadas por um instrumento elaborado pela CNI no qual resume 11 Princípios para nortear as atividades industriais no país, denominado Declaração dos Princípios da Indústria para o Desenvolvimento Sustentável, cujos princípios básicos correspondem à promoção do desenvolvimento sustentável e a adoção de uma política ambiental direcionada à competitividade e não inibidora do crescimento econômico (CNI, 2002). Foi um passo importante para o setor, que, a partir de então, tem buscado conciliar o crescimento industrial brasileiro com a utilização sustentável dos recursos naturais, ao mesmo tempo, promovendo a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Além disso, o setor industrial no Brasil possui um enorme papel estratégico, pois ele é o “principal responsável pela difusão e avanço tecnológico, com impacto nos demais setores da economia e contribui, de forma significativa, na geração de empregos e divisas” (CNI, 2002, p. 25).

Atualmente, no entanto, uma das grandes preocupações por parte das indústrias diz respeito à gestão dos resíduos sólidos originados nos seus processos. No Brasil, desde 2010, existe a Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS), instituído através da Lei Nº 12.305/10, que estabeleceu um marco regulatório para a gestão dos resíduos no país. Segundo a norma, “resíduo” é o lixo que pode ser reaproveitado ou reciclado, enquanto “rejeito” é considerado aquilo que não se pode reaproveitar. A referida Lei estabelece para as micro e pequenas empresas critérios e procedimentos simplificados para apresentação dos planos de gerenciamento de resíduos sólidos, desde que a atividade por ela desenvolvida não gerem resíduos perigosos (Lei 12.305, Art. 21, § 3º, Inciso II).

Nas empresas, os resíduos são aquelas matérias-primas que não foram transformadas em produtos, mas que podem ser aproveitadas em outros processos. A gestão dos resíduos é um aspecto importante na indústria e o empresário deve sempre estar atento. Neste sentido, é importante entender a dinâmica do processo de gestão, procurando identificar e melhor aproveitar cada resíduo e sua melhor destinação ou utilização. De acordo com a FIRJAN (2014, p. 13), “a geração de resíduos sempre vai ocorrer; observá-la com atenção pode ajudar a identificar ineficiência no processo produtivo e desperdício de matérias-primas”.

A PNRS abrange vários tipos de resíduos, sejam industrial, comercial, hospitalar, de serviços, etc. A política de gestão ambiental empresarial deve visar, por isso, a minimização da geração de resíduos, assegurando que os mesmos sejam coletados, armazenados, tratados, transportados e destinados corretamente. A Lei 12.305/10 determina que seja observada na gestão dos resíduos sólidos, a seguinte ordem: 1º) não gerar o resíduo; 2º) reduzir a geração do resíduo; 3º) reutilizar o resíduo; 4º) reciclar o resíduo; 5º) tratar o resíduo; 6º) dar disposição final ambientalmente adequada ao rejeito. São essas premissas que devem seguir o processo de gerenciamento dos resíduos dentro da empresa. Por isso, as empresas devem estar atentas às etapas de segregação (separação), armazenamento, transporte e destinação dos resíduos.

Importante observar que, de acordo com a PNRS, os geradores de resíduos industriais, mesmo os não perigosos, que, por sua natureza, composição e volume, e também de acordo com o Poder Público Municipal, não sejam equiparados aos resíduos domiciliares, precisam elaborar um plano de gerenciamento de resíduos sólidos. A Lei dispensa, entretanto, as micro e pequenas empresas da elaboração do citado plano quando estas gerem apenas resíduos sólidos domiciliares ou equiparados pelo poder público municipal.

Merece destaque também a preocupação industrial quanto à gestão de produtos químicos. Muitas atividades industriais utilizam-se desse tipo de produtos e estes oferecem grandes riscos ao meio ambiente, riscos estes que podem ser controlados ou minimizados com a utilização e armazenamento adequados. A gestão desses produtos pode ser simples e permite a redução de riscos de acidentes provocados pelo uso incorreto de produtos químicos, que, por sua vez, é capaz de provocar danos aos empregados, terceiros, meio ambiente e a própria comunidade. Como se sabe, um vazamento ou derramamento de um produto químico, por menor que seja, causa poluição, sendo a empresa a responsável pelos danos ambientais, além dos danos materiais e os provocados à saúde das pessoas.

Outra grande preocupação para as indústrias, bem como para todas as empresas de modo geral, corresponde à gestão da água e efluentes. Como se sabe, a água é um recurso natural renovável que merece uma atenção especial pelo setor empresarial. Para a FIRJAN (2014), o uso incorreto desse recurso gera custos adicionais à empresa e provocam impacto no meio ambiente, do mesmo modo que o descarte irregular de efluentes, por sua vez, pode provocar contaminação indesejada dos cursos d'água e do solo. Neste caso, as indústrias devem manter uma preocupação constante e uma política de consumo consciente da água e de uma gestão eficiente dos seus efluentes, pois este setor é responsável por grande parte do consumo desse recurso, se comparado a outros setores produtivos.

3 MÉTODO

A partir do momento que o homem começou a se interrogar sobre os fatos que ocorriam ao seu redor, na busca por respostas para fenômenos naturais que aconteciam em seu meio e também sobre problemas sociais e culturais existentes, surgiu a necessidade de uma metodologia que oferecesse os instrumentos para solucionar essas indagações. Conforme Andrade (2007, p. 119), a “metodologia é o conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento”. Buscar soluções de problemas motiva o ser humano a desenvolver instrumentos capazes de responder às mais variadas questões, das simples às mais complexas. Por isso, cada problema exige um instrumento diferente (um método). Para Gil (2012, p. 08), “a ciência tem como objetivo fundamental chegar à veracidade dos fatos”. O mesmo autor afirma: “Para que um conhecimento seja considerado científico, torna-se necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitaram a sua verificabilidade. Ou, em outras palavras, determinar o método que possibilitou chegar a esse conhecimento” (*Op. Cit*, p. 08.).

3.1 A PESQUISA

As técnicas de pesquisa são relacionadas à coleta de dados e correspondem à parte prática da pesquisa. No conceito de Andrade: “Técnicas são conjunto de normas usadas especificamente em cada área das ciências, podendo-se afirmar que a técnica é a instrumentalização específica da coleta de dados” (2007, p. 125).

Nessa perspectiva, essa pesquisa será categorizada, quanto à natureza, como qualitativa; quanto aos objetivos da pesquisa, será definida como descritiva; e, quanto ao objeto, será considerada uma pesquisa de campo. Como instrumento de coleta de dados foram utilizados roteiros semiestruturados, aplicados através da técnica da entrevista com os gestores das vinte e quatro (24) empresas estudadas.

3.1.1 Classificação Quanto à Natureza dos Dados: Qualitativa

A abordagem metodológica utilizada para a obtenção dos dados da pesquisa foi a qualitativa. A pesquisa qualitativa é utilizada para estudar aspectos da realidade ou descrever fatos e fenômenos, sem a utilização de métodos estatísticos. Parte-se, geralmente, da

observação por parte do pesquisador, no intuito de entender o objeto estudado na perspectiva dos agentes envolvidos no processo, de modo que se possa compreender, descrever e explicar os fatos relacionados à pesquisa, solucionando o “porquê” de determinado problema.

De acordo com Oliveira (2011, p. 80), “a pesquisa qualitativa corresponde ao agrupamento e a análise de informação, de forma não numérica, com textos e imagens, com o uso de métodos formais de pesquisa”. Na pesquisa qualitativa são trabalhados dados qualitativos e formas qualitativas de análise. Diferencia-se da pesquisa quantitativa, justamente, por não empregar um instrumental estatístico de análise dos problemas. Por isso, não há a intenção de numerar ou mensurar dados de um determinado problema.

Para essa pesquisa, escolheu-se a abordagem qualitativa por se tratar da metodologia mais adequada para fins deste estudo, pois abrange com maior riqueza de detalhes o entendimento que se busca firmar quanto ao objeto de estudo. Pela própria natureza da pesquisa, o critério numérico não será considerado na definição da amostragem, até porque uma “amostragem boa é aquela que possibilita abranger a totalidade do problema investigado em suas múltiplas funções” (SILVA, 2010, p. 53).

3.1.2 Classificação Quanto aos Objetivos: Descritiva

Com base na classificação de Gil (2010), que classifica as pesquisas quanto aos seus objetivos em exploratória, descritiva e explicativa, este trabalho utiliza-se da pesquisa descritiva para consecução dos objetivos que se propõe a alcançar.

As pesquisas descritivas têm o objetivo de descrever características de determinada população. Nesse tipo de pesquisa, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem a interferência do pesquisador, mas podem ser elaboradas também com o objetivo de identificar possíveis relações entre variáveis (ANDRADE, 2007).

Michel (2005, p. 36) destaca que as pesquisas descritivas são muito utilizadas nas áreas das ciências humanas e sociais e têm o propósito de “analisar, com a maior precisão possível, fatos ou fenômenos em sua natureza e características, procurando observar, registrar e analisar suas relações, conexões e interferências”. As pesquisas descritivas procuram conhecer e comparar situações relacionadas ao comportamento humano, individual ou coletivo, nos seus aspectos sociais, econômico, ambiental, cultural, dentre outros.

3.1.3 Classificação Quanto ao Objeto: Pesquisa de Campo

As pesquisas podem ser classificadas também quanto ao seu objeto de estudo. Segundo Andrade (2007), podem ser agrupadas em três tipos: pesquisa bibliográfica, pesquisa de laboratório e pesquisa de campo. Essa pesquisa é caracterizada quanto ao seu objeto de estudo como Pesquisa de Campo.

De acordo com Marconi e Lakatos (2003, p. 186) a pesquisa de campo é conceituada como “aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles”. Andrade (2007) explica que a pesquisa de campo recebe essa denominação porque a coleta de dados é efetuada “em campo”, onde os fenômenos ocorrem espontaneamente, não havendo interferência do pesquisador sobre eles.

3.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Quanto aos instrumentos de coleta de dados, essa pesquisa fará uso de um roteiro semiestruturado contendo 41 questões (conforme APÊNDICE A), aplicado através da técnica da entrevista, que é considerada como uma das “ferramentas essenciais para a fidelidade, qualidade e completude da pesquisa”, segundo Michel (2005, p. 37).

Andrade (2007) destaca que a coleta de dados representa uma fase importantíssima da pesquisa de campo, porém não deve ser confundida com a pesquisa propriamente dita. Após serem colhidos os dados será feita a análise, interpretação e sua representação gráfica. Posteriormente, serão discutidos os resultados da pesquisa, baseados na análise e interpretação dos dados obtidos.

Gil (2012, p. 109) define a entrevista como a “técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação”. Na entrevista, a conversação acontece face a face, de maneira metódica, proporcionando ao entrevistado, verbalmente, a informação necessária. (MARCONI; LAKATOS, 2003). Para Gil (2012), é uma forma de diálogo assimétrico, onde uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como a fonte das informações, e que apresentam como objetivo principal “a obtenção de informações do entrevistado, sobre determinado assunto ou problema” (MARCONI E LAKATOS, 2003, p. 196)

As entrevistas podem ser classificadas em quatro tipos, a saber: informal, focalizada, parcialmente estruturada e totalmente estruturada. Gil (2010, p. 105) explica essa classificação: *informal*, quando se distingue da simples conversação apenas por ter como objetivo básico a coleta de dados; *focalizada*, quando, embora livre, enfoca um tema bem específico, em que cabe ao entrevistador se esforçar para que o entrevistado não fuja do tema abordado; *parcialmente estruturada*, quando é guiada por pontos de interesse (ou pautas) que o entrevistador vai explorando ao longo da entrevista; e, por fim, *totalmente estruturada*, quando se desenvolve uma relação fixa de perguntas. Neste trabalho foi utilizada uma entrevista do tipo parcialmente estruturada (semiestruturada), em que foram entrevistados os gestores das micro e pequenas indústrias na cidade de Pau dos Ferros-RN acerca de suas percepções quanto aos aspectos de Gestão Socioambiental, no âmbito de suas empresas.

As entrevistas foram realizadas entre os meses de setembro e outubro de 2015. Primeiramente, foi feito um contato prévio (*in loco* ou por telefone) com os vinte e quatro (24) gestores das micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN, onde foi explicitado o objetivo da pesquisa e sua importância, bem como solicitado suas participações através de uma entrevista, que foi realizada mediante aprovação desta no Conselho Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP). A partir da aprovação da pesquisa no Comitê de Ética da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN e após os entrevistados assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (modelo em Apêndice), foram realizadas as entrevistas (desenvolvidas nas próprias empresas e agendadas previamente, conforme disposição de cada entrevistado), em que, a partir da aprovação do gestor, foi utilizado um gravador digital, como forma de garantir acesso posterior à totalidade das respostas dos sujeitos da pesquisa. Depois de realizadas as entrevistas, os dados foram transcritos para posterior análise.

3.3 LOCAL DO ESTUDO

O estudo foi realizado na cidade de Pau dos Ferros-RN. Situada na Mesorregião Oeste, Microrregião Pau dos Ferros, a cidade fica distante a 400 Km da capital do Estado do Rio Grande do Norte, Natal, possuindo uma área total de 259,96 km² e uma população estimada de 29.954 habitantes (IBGE, 2015). Sua localização pode ser observada conforme Figura 01 a seguir.

Figura 01: Localização de Pau dos Ferros no Mapa Político-Administrativo do Rio Grande do Norte.



Fonte: Malha do IBGE 2010 – Adaptado de Dantas (2014, p. 143).

Dentre as três cidades que compõem a Mesorregião Oeste Potiguar (além de São Miguel-RN e Umarizal-RN), Pau dos Ferros-RN é um município considerado importante, seja do ponto de vista de sua localização, seja em termos econômico e populacional (ALMEIDA, 2014). A cidade possui uma localização geográfica estratégica, com destaque no cenário econômico regional, sendo hoje a cidade polo da Região do Alto Oeste Potiguar. O grande fluxo diário de pessoas vindas, principalmente, dos 45 (quarenta e cinco) municípios que compõe sua área de influência geográfica, tem propiciado o desenvolvimento de grande comércio varejista e outros setores da economia (DANTAS, 2014).

Embora a atividade econômica da cidade seja liderada pelo setor de comércio e serviços (saúde, bancários, administrativos, contábeis, dentre outros), principalmente a área comercial respondendo pela maior participação na composição do PIB local, o setor industrial também apresenta relevante contribuição, que, embora pequena, é considerada importante para o porte do município (ALMEIDA, 2014).

Outro ponto de destaque da cidade de Pau dos Ferros-RN nos últimos anos diz respeito à expansão na área da Educação Superior. De acordo com Almeida (2014), a partir de meados da década de 2000, o município foi contemplado com a ampliação do número de cursos ofertados pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, no Câmpus da cidade,

implantando além de novos cursos de graduação, cursos de pós-graduação em nível *lato sensu* e *stricto sensu*. Na mesma época, foram instaladas também duas instituições federais de ensino, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) e um Câmpus da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA), fomentando ainda mais o desenvolvimento no setor educacional da cidade e região.

A melhora no nível da educação da cidade contribui para o desenvolvimento local e regional, gerando mais oportunidades de trabalho, desenvolvendo a economia e melhorando a qualidade de vida das pessoas. Almeida (2014, p. 133) destaca efeitos da educação da cidade, relacionado ao meio ambiente: “outro aspecto positivo da melhoria do nível de educação (e exemplos são muitos) é que uma população mais educada tende a consumir menos os limitados recursos materiais e poluir menos o ambiente natural, além de tornar mais produtivos os recursos antes utilizados”.

3.4 SUJEITOS DA PESQUISA

A pesquisa foi direcionada ao estudo aplicado às Micro e Pequenas Indústrias da cidade de Pau dos Ferros-RN, em que foram entrevistados os seus gestores, sujeitos objetos da pesquisa. Atualmente, de acordo com o Cadastro Industrial obtido através do Sistema FIERN (Federação das Indústrias do Rio Grande do Norte), a cidade de Pau dos Ferros-RN possui 24 (vinte e quatro) indústrias, sendo todas elas classificadas como Micro ou Pequenas Empresas, as quais fizeram parte da pesquisa.

De acordo com Lemes Júnior e Pisa (2010, p. 10), “não existe critério único para definir micro ou pequenas empresas, tanto no Brasil quanto em qualquer país do mundo.” No Brasil as empresas são classificadas levando-se em conta o faturamento ou o número de empregados, de acordo com critérios que algumas instituições utilizam. Por exemplo, a Receita Federal do Brasil utiliza como critério definidor o faturamento, assim como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES); já o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Neste estudo foi adotada a classificação de MPE conforme o SEBRAE e IBGE, que utiliza o critério do número de funcionários, embora o critério com base na legislação da Receita Federal também servisse para o enquadramento das empresas objeto de estudo. Portanto, qualquer critério utilizado para delimitar os sujeitos da pesquisa contemplaria a totalidade das empresas pesquisadas.

Com base na lista de micro e pequenas indústrias da FIERN, se contactou as 24 empresas e todas concordaram em participar do estudo. Para a preservação da identificação dos gestores entrevistados, bem como de suas empresas, utilizou-se a opção de identificar cada objeto de pesquisa (cada empresa) por letras do alfabeto, o que, no caso deste estudo, vai da letra “A” até a letra “X”, conforme Quadro 02 a seguir:

Quadro 2: Características dos Objetos/Sujeitos da Pesquisa

IDENTIFICADOR NA PESQUISA	SETOR/RAMO DE ATUAÇÃO	PERFIL DO GESTOR ENTREVISTADO
EMPRESA “A”	Alimentos/Indústria de Panificação	Atua há vinte (20) anos no segmento industrial e possui formação acadêmica em Ciências Contábeis.
EMPRESA “B”	Indústria de Comunicação Visual e Gráfica	Com dezenove anos de atividade, o gestor trabalha no segmento de comunicação visual e gráfica desde o ano de 1997 na cidade de Pau dos Ferros-RN e possui Ensino Superior Incompleto.
EMPRESA “C”	Indústria gráfica que atua no segmento de comunicação visual, têxtil e produção em “MDF” e materiais em acrílico.	O gestor atua no segmento gráfico em Pau dos Ferros-RN desde o ano de 2012, com experiência no setor de tecnologia da informação. Possui formação acadêmica na área de Ciências Econômicas e cursa Administração Pública.
EMPRESA “D”	Indústria gráfica atua no segmento de comunicação visual, a partir da fabricação de cartazes, panfletos, impressão em “offset”, impressão digital, “banners” e adesivos.	Com vinte e dois (22) anos de atividade no mercado de Pau dos Ferros-RN e região, o gestor vem de uma tradição familiar de atuação no ramo de gráfica, possuindo o Ensino Médio completo.
EMPRESA “E”	Indústria de alimentos, atuando na fabricação de temperos em geral.	Há vinte (20) anos atuando no mercado, o gestor iniciou o negócio sem nenhuma experiência no setor e possui formação de Técnico em Contabilidade.
EMPRESA “F”	Indústria do segmento de vidraçaria, marmoraria e metalurgia.	A gestora está nesse mercado há treze (13) anos, tendo atuado anteriormente no setor comercial e possui o Ensino Médio.
EMPRESA “G”	Indústria de produtos de limpeza em geral, como desinfetantes, amaciantes para roupas, produtos para alumínio, ácido muriático, água sanitária e detergente.	O gestor tem experiência de vinte (20) anos no mercado, possuindo Ensino Fundamental completo.
EMPRESA “H”	Indústria do ramo da construção civil.	O gestor atua no segmento da construção civil desde 2009, tendo atuado no setor comercial até então. Possui Ensino Superior incompleto na área de História e pensa ainda cursar Administração.
EMPRESA “I”	Indústria gráfica do segmento de comunicação visual, atuando na produção de adesivos, “banners”, “outdoor”, camisetas e impressos em geral.	No mercado desde 2012, o gestor tem experiência anterior no setor comercial possui Ensino Superior Incompleto na área de Administração.
EMPRESA “J”	Indústria do ramo de fabricação de móveis de madeira, como portas, janelas, guarda-roupas, cozinhas e móveis planejados em geral.	Com trinta e cinco (35) anos de profissão de marceneiro, o gestor tem vinte e dois (22) anos de atuação empresarial no segmento de fabricação de móveis e possui o Ensino Médio completo.
EMPRESA “K”	Indústria do ramo da construção civil.	O gestor atua no segmento da construção civil desde o ano de 2008. Possui Ensino Superior Completo, na área de Ciências Contábeis.
EMPRESA “L”	Indústria do ramo da construção civil.	Atuando no segmento da construção civil desde o ano de 2012, o gestor trabalhava anteriormente uma empresa privada e possui o Ensino Médio.

EMPRESA “M”	Indústria de alimentos no segmento de panificação.	A gestora conduz a empresa há nove (09) anos na cidade de Pau dos Ferros-RN, tendo atuado também na área comercial, e possui o Ensino Médio completo.
EMPRESA “N”	Indústria da construção civil, atuando principalmente no segmento de casas residências e obras públicas.	O gestor atua no segmento desde o ano de 2011, com formação acadêmica na área de Engenharia Civil.
EMPRESA “O”	Indústria de alimentos, do ramo panificação.	A gestora conduz um negócio familiar na cidade de Pau dos Ferros-RN há quarenta e cinco (45) anos. Possui o Ensino Fundamental básico, contando com uma vasta experiência no segmento empresarial.
EMPRESA “P”	Indústria de fabricação de móveis de madeira, com produção de esquadrias, roupeiros, cozinhas, camas, salas e móveis projetados em geral.	Tendo herdado o ofício de marceneiro do seu pai, o gestor possui atuação empresarial há dezenove (19) anos no segmento na cidade de Pau dos Ferros-RN e possui o Ensino Fundamental.
EMPRESA “Q”	Indústria gráfica, atuando na área de comunicação visual, com fabricação de cartazes, adesivos, lonas, "banners", "faixas banners", "front light", panfletos, encartes, blocos de Nota Fiscal e camisetas.	O gestor atua na atividade desde 1990, e antes de entrar no negócio, trabalhava como pintor. Possui Ensino Superior Completo, com graduação na área de Economia.
EMPRESA “R”	Indústria de fabricação de equipamentos de musculação, equipamentos de ginástica de maneira geral e máquinas de musculação.	O gestor atua no segmento há aproximadamente sete (07) anos. Possui formação acadêmica com graduação em Educação Física e pós-graduação em “Fisiologia do Exercício e Biomecânica do Movimento”.
EMPRESA “S”	Indústria de alimentos, atuando na fabricação de produtos de carnes e seus derivados.	O gestor conduz o negócio desde o ano de 2001 e possui o Ensino Médio completo.
EMPRESA “T”	Indústria de fabricação de gelo.	O gestor está à frente do negócio desde 2014. Possui Ensino Superior Completo, com graduação em Educação Física e é graduando em Direito atualmente.
EMPRESA “U”	Indústria de alimentos, atuando na fabricação de pizzas e outros produtos.	No mercado há dezoito (18) anos, o gestor possui formação acadêmica com graduação em “Letras” e Pós-graduação em “Serviços e Sistemas”. Possui também Ensino Superior Incompleto na área de Administração, e atualmente cursa Direito.
EMPRESA “V”	Indústria de fabricação de móveis de madeira e inox. Produz móveis projetados, como cozinhas, guarda-roupas e painéis, destinados à área residencial e comercial, e também "corrimão" para escadas e “puxador”.	Há quinze (15) anos no mercado, o gestor aprendeu o ofício através da família e atua em Pau dos Ferros há aproximadamente quatro (04) anos. Possui Ensino Fundamental completo.
EMPRESA “W”	Indústria de fabricação de materiais de vidro, alumínio e PVC, como portões, portas, janelas, “box” e forros.	No mercado desde 2006, o gestor possui formação como Técnico em Agropecuária e Ensino Superior Completo em Administração e Física.
EMPRESA “X”	Indústria de alimentos, no ramo de panificação.	O gestor conduz o negócio há vinte e quatro (24) anos na cidade de Pau dos Ferros-RN, vindo de uma tradição familiar de atuação nesse segmento. Possui Ensino Fundamental completo.

Fonte: Elaborado pelo autor – Pesquisa de Campo (2015)

3.5 ANÁLISE DOS DADOS

A etapa da interpretação ocorre com o propósito de enxergar o sentido mais amplo das respostas oferecidas, que acontece a partir da relação com os conhecimentos já anteriormente conhecidos (GIL, 2012). Ela representa uma atividade intelectual que permite dar um significado amplo às respostas, vinculando-os a outros conhecimentos. Significa a exposição do verdadeiro sentido do material apresentado em relação aos objetivos propostos e ao tema, esclarecendo não só o significado do material como também as relações entre os elementos envolvidos (MARCONI; LAKATOS, 2003). É possível que ao mesmo tempo ou após o processo de análise ocorra também a interpretação dos dados, que consiste, basicamente, em estabelecer as relações entre os objetivos da pesquisa e as respostas obtidas.

A análise foi feita a partir dos dados obtidos em cada uma das empresas. Ao todo foram realizadas vinte e quatro (24) entrevistas com os gestores das Micro e Pequenas Indústrias da cidade de Pau dos Ferros-RN, acerca da percepção sobre as práticas socioambientais em suas organizações. Cada uma das empresas foi analisada individualmente, com base nos objetivos da pesquisa, relacionando os resultados com o aporte teórico utilizado como referencial.

Pelo exposto, tem-se a compreensão da metodologia a utilizada na pesquisa, cuja análise que será realizada conforme as falas dos sujeitos/objetos da pesquisa e interpretadas à luz da teoria estudada.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

As empresas objeto de estudo foram classificadas por tópicos e abordadas por alíneas, que vai da Empresa “A” à Empresa “X”, sendo vinte e quatro no total. A análise será procedida de acordo com os objetivos específicos do trabalho, contextualizados ao longo do texto.

a) EMPRESA "A"

A empresa "A" trata-se de um empreendimento do setor industrial no ramo panificação, com 20 anos de atuação no mercado. Além de vender os produtos diretamente no "balcão", a empresa também fornece para redes de supermercados locais. Possui um total de nove (09) funcionários, todos devidamente registrados, e desse total, quatro (04) são do sexo feminino. O gestor da empresa possui formação na área de Ciências Contábeis e também como "Tecnólogo em Estradas".

Em relação às ações da empresa relacionadas ao ambiente, o entrevistado menciona o uso de sacolas de papel (em desuso), uso de fornos elétricos e separação de resíduos. Também busca economizar água e principalmente energia, seu principal custo. Quanto às sociais, aponta a fundação de uma associação beneficente que já desenvolveu e desenvolve uma série de ações junto à comunidade e doações individuais quando são procurados na empresa. No trato com os funcionários, destacou o investimento em cursos de qualificação e confraternizações com o corpo de colaboradores.

O gestor da Empresa "A" ressalta que em determinado momento, tentou abolir totalmente as sacolas plásticas, substituindo-as por sacolas de papel. O gestor conta que mesmo fornecendo a embalagem de papel, os clientes queriam também que os produtos fossem colocados na embalagem de plástico, utilizando-se, portanto, duas embalagens para um mesmo produto. "[...] eu tive que abolir esse lado aí, porque não tive condições de continuar, por resistência dos próprios clientes" (GESTOR A).

O relato do gestor reflete o descontentamento pela iniciativa não ter tido sucesso por falta de estrutura ou sensibilização ambiental por parte da população, contudo, Nascimento, Lemos e Mello (2008, p. 100) ressaltam um aspecto interessante que poderia ter alterado este cenário: “a organização precisa conscientizar seus clientes a respeito das vantagens socioambientais que seus produtos ou práticas oferecem”.

Outra ação da empresa voltada para o meio ambiente é a utilização de forno elétrico, prática utilizada há mais de quinze (15) anos: "não agride o meio ambiente, não tem fumaça, não tem fuligem, não tem nada". Mesmo ignorando os impactos ambientais existentes, o gestor enfatiza que o custo da energia é muito alto, o que dificulta um pouco a atividade da empresa. Conta que antes já trabalhou com o forno a lenha e a gás; quanto a este último, o entrevistado observa que existia uma dificuldade de manejo e controle de temperatura dos fornos, o que tornou o forno elétrico mais atrativo e adequado ao processo de fabricação, além do que o custo com o forno a gás também já estava muito elevado no período. Vale salientar que, embora a decisão pelo uso de forno elétrico não tenha emergido de uma preocupação ambiental, mas, aparentemente, financeira e operacional, a decisão implica em menor impacto ambiental, já que faz uso de energia renovável (diferente do gás) com menor número de emissões (diferente da lenha).

Em relação à coleta seletiva e reciclagem, o gestor relata que, apesar de não realizar o processo de reciclagem sistematizado, eles realizam uma separação de três produtos (papel, plástico e lixo orgânico). Com base em seu relato, são os próprios "garis" da Prefeitura que ainda fazem alguma separação dos materiais que saem da empresa, principalmente garrafas, que eles utilizam como outra fonte de renda. Já os sacos de plásticos são organizados e doados para os funcionários, que os vendem a peso. A ação é motivada pela concepção de proteção do meio ambiente: "É pouco, mas é uma coisa que a gente não joga, porque sabe que o plástico ele tem uma resistência muito grande com relação à destruição dele perante a natureza".

Sobre o excedente e avarias da atividade de panificação, segundo o gestor, a empresa armazena em sacos separados, em que posteriormente são vendidos para criadores de gado da região, que utilizam esse material como ração para os animais.

Em relação às ações sociais e com os funcionários, destaca-se a posição de Aligleri *et al.* (2009, p. 11) que defendem que ações simples que tenham como objetivo o bem estar de uma comunidade (interna ou externa) sejam consideradas ações de responsabilidade social.

Sobre a motivação para realização de práticas ambientais na empresa (consumo de água, energia e materiais), o gestor destaca que são ações motivadas pelo aspecto econômico: "Primeiro, aqui a gente procura ter pelo lado econômico". Já em relação ao social, aponta que ele e a esposa gostam de ajudar os outros.

Perguntado sobre entraves e oportunidades para a implantação de práticas socioambientais, o entrevistado da Empresa A disse que: deveria haver um esforço maior por

parte da Secretaria do Meio Ambiente no município, no sentido de divulgar, orientar e incentivar cada empresa a trabalhar neste sentido; há clientes que já estão preocupados com as questões ambientais, mas não são unanimidade; como é uma empresa pequena, não há estímulo para as práticas socioambientais, como explícito na frase: "Eu 'pequeno' aqui fazer um negócio desse, o povo diz: 'olhe o besta ali querendo fazer alguma coisa'"; não há incentivo do governo para o desenvolvimento de ações socioambientais.

A fala do gestor evidencia que os pressupostos de Tachizawa e Andrade (2012, p. 05) quando dizem que “O consumidor do futuro, inclusive no Brasil, passará a privilegiar não apenas preço e qualidade dos produtos, mas principalmente, o comportamento social das empresas fabricantes desses produtos” ainda não são a realidade para esta empresa em Pau dos Ferros.

Para o entrevistado, responsabilidade socioambiental: "É a responsabilidade de você cuidar do meio ambiente; de você ter o cuidado, de você olhar e ajudar as outras pessoas também a ver esse lado". Como se observa, a definição de responsabilidade Socioambiental trazida pelo gestor da “Empresa A” inclui aspectos ambientais e sociais no seu entendimento, coerente com a definição de Savitz (2007).

Compreendendo “meio ambiente” como “é tudo”, o gestor é humilde em relação a sua informação em relação às questões socioambientais. Não fez curso sobre o assunto, alega aprender com a vida, mas gostaria de ser mais bem informado. A percepção sobre sustentabilidade não é formalmente elaborada, mas sintetiza como: "[...] Seria o agricultor produzir da terra sem agredir".

Na concepção do gestor, a inserção de práticas socioambientais só tem lado positivo, não há lado negativo. Embora considere que a operacionalização gere custos, a relação custo – benefício é boa. De acordo com o gestor, as empresas que investem em ações socioambientais se tornam mais competitivas e têm um retorno positivo de imagem. Destaca ainda que é necessário que essas empresas demonstrem e divulguem suas práticas, pois, do contrário, vão passar despercebidas no mercado: "se você fizer e não fazer a propaganda, você passa despercebido", destaca o gestor. Para ele, essas práticas resultam em aumento de vendas apenas para as grandes empresas, porque as pequenas não têm o mesmo efeito a partir da realização de práticas socioambientais.

Sobre a visão do gestor da “Empresa A” quanto aos benefícios ou impactos positivos percebidos a partir das ações socioambientais, seu pensamento está alinhado à descrição das vantagens observadas por Tachizawa e Andrade (2012, p. 15): “As organizações que tomaram

decisões estratégicas integradas à questão ambiental e ecológica conseguirão significativas vantagens competitivas, quando não a redução de custos e incremento nos lucros a médio e longo prazo”.

Foi perguntado ao gestor também se a empresa já tinha tido algum problema relacionado ao meio ambiente, como multa ou penalidade. Ele relatou uma situação do início da empresa, quando ainda usava forno a lenha e a sede em outra localidade. A chaminé produzia fumaça e fuligem incomodando a vizinhança. Um vizinho o denunciou ao promotor, que mandou fechar o estabelecimento até a correção do problema. Imediatamente ele providenciou o aumento da altura da chaminé, o que diminuiu o incômodo. Foi o único problema relacionado ao meio ambiente que já teve e um dos fatores que contribuíram para a troca, quando mudou a localização da sede dois anos depois, do forno à lenha pelo a gás.

b) EMPRESA "B"

A Empresa "B" é uma indústria que atua no ramo de comunicação visual, trabalhando com a produção de placas, impressos, camisetas, dentre outros itens. Em funcionamento desde 1997, são considerados, conforme o gestor, os pioneiros no segmento, cuja área de atuação abrange a cidade de Pau dos Ferros-RN e região. A empresa possui dois sócios, que são irmãos, e mais três (03) funcionários; mas relata que, no passado, já chegou a ter doze (12) pessoas trabalhando. Segundo o gestor, no passado, seus clientes eram formados principalmente por Prefeituras da região, mas que atualmente direciona seus produtos para o mercado privado.

Sobre as ações ambientais desenvolvidas pela empresa, o gestor relata que a empresa realiza separação de sobras de adesivos, papéis e lonas, e o restante é coletado pelos carros da prefeitura responsáveis por essa coleta. A parte de lonas a empresa faz doações para uma confecção de bolsas. Conforme o gestor, sobram poucos materiais e há pouco desperdício na empresa.

A empresa utiliza água apenas no processo de preparação de telas e para uso convencional, havendo um consumo reduzido. Quanto à energia elétrica, o gestor diz que busca economizar: “eu vou fazer um serviço ali, eu apago as duas luzes e desligo o ar condicionado. É uma economia pequena, mas não deixa de ser economia” (GESTOR B). Para o gestor, essas ações são motivadas pelo fato de considerar que a redução do consumo de água e energia reduz os custos dos produtos e as despesas mensais.

Nascimento, Lemos e Mello (2008) observam que para alguns gestores sem conhecimento profundos sobre inovações e aspectos socioambientais nas organizações, parece satisfatório desenvolverem ações de reciclagem e adoção de métodos na busca de eficiência de energia. No entanto, relatam que qualquer esforço que traga uma ação benéfica para o meio ambiente, mesmo que a motivação principal não seja predominantemente ambiental, considera-se importante, pois, no final, todos ganham (empresa, sociedade e meio ambiente).

Quanto às ações desenvolvidas junto à comunidade, além da doação dos pedaços de lonas para fabricação de bolsas, o remanescente de adesivos canalizados para as creches dos municípios, além de outros materiais para outras empresas que reaproveitam, como o papel, por exemplo. Relata também a doação de brindes pela empresa para eventos na cidade e região (Dia das Crianças e Dia das Mães, por exemplo). Outra ação desenvolvida pelo gestor, mas também por motivações pessoais, é a sua participação como voluntário no Núcleo de Apoio aos Portadores de Câncer, cuja participação é voluntária e pessoal. De acordo com o gestor, as ações da empresa são mais de natureza individual do que empresarial e que sua percepção sobre o meio ambiente decorre de sua prática como ciclista.

Quanto aos funcionários, a empresa não desenvolve nenhuma ação direta, limitando-se apenas à confraternização de fim de ano. O gestor relata que os mesmos não demonstram preocupação quanto ao meio ambiente, mas que a empresa nunca realizou ou proporcionou nenhum evento ou curso relacionado a esse tema.

O gestor não considera difícil investir no meio ambiente ou desenvolver ações de gestão ambiental; segundo ele, depende mais de boa vontade. Entretanto, entende que nas empresas grandes, essas ações requerem mais investimentos. Tachizawa e Andrade (2012) corroboram essa percepção quando relatam que os procedimentos relacionados às ações socioambientais variam de acordo com o setor econômico e com o porte da empresa. Para eles, grandes empresas se destacam por práticas de controle ambiental, ao passo que nas empresas de menor porte observa-se maior incidência de procedimentos associados à redução de custos e consumo de matéria-prima e energia. Um entrave apontado pelo gestor é a ausência de incentivo do governo para praticar ações socioambientais, que considera um fator inibidor de ações neste sentido. Contudo, o gestor observa que as práticas socioambientais se propagam e melhoram a imagem da empresa no mercado, passando os consumidores a comprar mais dessas empresas

O entrevistado considera que seus consumidores não se preocupam com a questão do meio ambiente nem estariam dispostos a pagar mais por produtos de empresas com essa

preocupação. Para ele, os seus consumidores se preocupam mais com a questão da qualidade dos seus produtos, concepção que vai de encontro à ideia defendida por Tachizawa e Andrade (2012), que apontam que os consumidores atuais demonstram preocupação ambiental.

Sobre Responsabilidade Socioambiental, embora não explique seu conceito, o gestor entende que corresponde a evitar fazer coisas erradas em relação ao meio ambiente. Também foi perguntado o que se entendia por “sustentabilidade”, e o mesmo informou não compreender bem o assunto, relatando ainda não ter participado de nenhuma palestra ou curso sobre esses temas.

Para o gestor, o que leva as empresas a investirem na preservação do meio ambiente, primeiramente, é o “medo de multas”; em seguida vem a isenção fiscal e depois o próprio desejo de fazer. O mesmo observa que o problema da falta d’água causa impacto muito pequeno nas atividades da empresa, pois ela é pouco usada internamente. Como problema social, o gestor vê o “desemprego” como algo que afeta toda a economia e a sociedade.

O gestor não considera nenhum aspecto negativo relacionado às práticas socioambientais desenvolvidas pelas empresas. Entende como aspectos positivos ações de reaproveitamento de água, em que todos se beneficiam: “quando ele está fazendo aquele reaproveitamento ele já está deixando de tirar uma água que já pode ir para outra pessoa” (GESTOR B), mostrando o quanto são positivas ações neste sentido, considerando ainda como algo que reduz o custo da atividade das empresas, visão também compartilhada com Tachizawa e Andrade (2012). O gestor entende a redução de custos como um meio de reduzir o preço dos produtos, tornando as empresas mais competitivas. Entende também que essas ações trazem um retorno positivo de imagem, com impacto positivo nas vendas das empresas. O gestor também considera que os consumidores tendem a rechaçar produtos de empresas que agredem o meio ambiente e é necessário as empresas terem também essa visão, conforme defendido por Veiga e Zatz (2008).

c) EMPRESA "C"

A Empresa "C" é uma indústria que está no mercado desde janeiro de 2012, atuando nos segmentos de produtos de comunicação visual, têxtil, "corte a laser" ("MDF" e acrílico) e também com a produção de lonas, adesivos e papéis, possuindo um "parque" de máquinas voltadas para essa atividade. Conta hoje com um número de dez (10) funcionários, dentre os quais sete (07) são mulheres.

O gestor entende que o meio ambiente é importante para sua empresa, fazendo o seguinte relato: "Nós precisamos conciliar a nossa produção com a necessidade de uma sustentabilidade ambiental" (GESTOR C). O mesmo explica que na sua atividade utiliza como matéria-prima extratos de lona, adesivos, tintas à base de água, tintas à base de solventes e outros materiais de madeira, como o "MDF", e ressalta sua preocupação constante com o meio ambiente.

A empresa desenvolve algumas ações voltadas para o meio ambiente, como, por exemplo, o "tubo pro cartonado de papelão" onde vem envolto lonas e adesivos são enviados para Fortaleza-CE, para uma fábrica de artesanato, já que não teria a mesma utilidade em Pau dos Ferros-RN. As sobras de adesivos, eles utilizam para reembalagem dos seus produtos e o que sobra na parte têxtil, como retalhos, a empresa doa para pessoas que trabalham na fabricação de tapetes. Sobre o uso de água na empresa, o gestor disse que há um consumo muito pequeno na atividade. Também já foi realizada uma ação em parceria com o IFRN, em que foi doada uma grande quantidade de placas de computadores, impressoras, de monitores de TV para a instituição, evitando o descarte desses produtos no lixo, passando a serem utilizados como instrumentos de aprendizagem.

Quanto à motivação para as ações ambientais desenvolvidas pela empresa, o gestor explica que consiste na busca por uma não agressão do meio ambiente e uma reutilização dos materiais. E acrescenta: "Eu sou contra qualquer forma de desperdício. Isso tem um preço, seja ambiental, seja econômico, seja social. Eu sou contra qualquer forma de desperdício. Então, se eu posso dar uma outra finalidade àquele material, eu procuro realizar isso" (GESTOR C).

Para o gestor, as maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas é a ausência de incentivo por parte do Governo. Relata que falta apoio para os microempresários e que os bancos impõem várias restrições e dificuldades ao acesso ao crédito, além de altas taxas de juros. Ele diz que apesar das micro e pequenas empresas gerarem empregos, são elas quem enfrentam as maiores dificuldades no mercado, e pontua: "Às vezes a gente sequer vê o 'túnel', imagine a 'luz no fim do túnel'. A gente não sabe nem se existe o 'túnel', muito menos essa 'luz'". De acordo com Veiga (2005), as instituições financeiras costumam se vangloriar por emprestar principalmente para as empresas micro, pequenas e de médio porte. No entanto, observa: "O crédito para pequenas nunca deixou de ser escasso, mas no discurso dos banqueiros (a começar pelos estatais) elas sempre são sua principal clientela" (VEIGA, 2005, p. 92).

Apesar das dificuldades enfrentadas pelas empresas, o gestor considera que ainda é possível se trabalhar a questão socioambiental: “E eu não acredito em nenhuma iniciativa onde não se associe ou se não priorize, ou se, pelo menos, se pense em meio ambiente”, observando que qualquer ação empreendedora tenha dentro do seu planejamento iniciativas voltadas também para o meio ambiente.

Quanto às ações voltadas para a comunidade, o gestor relata que já realizou várias parcerias com instituições, e doações para eventos e campanhas específicas. Quanto às motivações para essas ações, o mesmo explica: "Do ponto de vista pessoal, é uma satisfação, eu acho que é uma forma de você retribuir o que você recebe. Do ponto de vista social, você está contribuindo para o bem-estar, para que você melhore a vida de alguém" (GESTOR C). Ele observa que essas ações refletem na própria equipe e também funciona como uma ação de "marketing" para a empresa, pois considera que a empresa não pode se pautar somente no objetivo do lucro.

A empresa não desenvolve nenhuma ação para seus funcionários além de confraternização de fim de ano, mas pretende estimulá-los através de um “bônus” pelo atingimento de metas de rentabilidade na empresa. O gestor afirma ainda que seus funcionários ainda não participaram de nenhum evento ou curso promovido pela empresa relacionado ao meio ambiente, mas que considera que eles se preocupam com as questões ambientais. Conforme Dias (2011), a questão do envolvimento dos funcionários nas ações socioambientais da empresa é fator determinante para o sucesso e implementação dessas práticas.

O empresário não considera difícil investir no meio ambiente ou desenvolver ações de gestão ambiental, mas considera difícil a continuidade da ação. Cita como exemplo a coleta seletiva do lixo, em que o Poder Público não faz sua parte quanto à continuidade nesse processo. Para o gestor, não adianta preparar a equipe, conscientizá-la, se as ações não são continuadas pelos outros agentes, o que ele considera um desestímulo.

O gestor relata que não percebe uma preocupação no seu público consumidor quanto ao meio ambiente, mas comenta também que pode ser também por não ter estimulado isso ainda. Relata a falta de consciência e educação ambiental nas pessoas a partir de ações simples do dia-a-dia e observa que se ensina muito pouco sobre meio ambiente no ensino infantil e fundamental.

Para o entrevistado, as práticas socioambientais realizadas pelas empresas melhoram sua imagem diante do mercado. "O público consumidor ele está atento a essas questões; ele já

identifica, ele já escolhe, ele já seleciona, ele já compara empresas que tenham essa preocupação com empresas que não tenham" (GESTOR C). Ele entende que os consumidores hoje em dia já se dispõem a pagar mais por produtos de empresas preocupadas com o meio ambiente, mas vê o fator preço como um entrave à disseminação da cultura ambiental, e cita os produtos orgânicos como exemplo, já que estes geralmente tendem a ser mais caros que os convencionais, frisando que é necessário também que se dê condições econômicas a essa sociedade fazer sua parte nesse processo.

O gestor observa que na cidade não existe um local adequado para receber os resíduos sólidos, e vê essa falta de contrapartida do Poder Público como um grande obstáculo à questão ambiental, conforme relata: "como é que eu vou ensinar 'preservação ambiental', se eu, enquanto gestor, estou construindo ali uma rampa de lixo à beira de uma rodovia?", questiona o gestor, apontando essa situação como uma incoerência. Nessa perspectiva, De acordo com Dias (2005) apontam que o nível de articulação do Poder Público com a sociedade e com as empresas está inferior ao desejado. Para ele, há um despreparo das administrações municipais no trato da questão ambiental, motivado ou por ausência de quadros de pessoas capacitadas para lidar com a questão ou por puro desinteresse, dado o grau de organização da sociedade local.

De acordo com o "Gestor C", "Responsabilidade socioambiental é aquela onde as instituições elas criam políticas para priorizar e preservar boas condições ao meio ambiente e à sociedade". Essa definição é alinhada com os conceitos definidos por Aligleri *et. al.* (2009), Savitz (2007) e Melo Neto e Froes (1999), expostos no referencial teórico. Por Sustentabilidade o gestor explica: "pode ser exemplificada como o resultado de uma ação se desenvolver não em detrimento da destruição de outra" (GESTOR C). Ressalta que a produção deve ser "sustentável" não apenas diretamente, mas em relação a tudo que está em volta. Apesar de apresentar um entendimento conceitualmente alinhado à teoria, o gestor não se considera suficientemente informado a respeito de questões socioambientais, embora já tenha participado de palestras sobre meio ambiente e sustentabilidade.

Quanto a impactos positivos ou benefícios percebidos pelo gestor, ele entende que muitas ações ajudam o meio ambiente ao mesmo tempo em que melhoram a imagem da organização, tornando-as mais competitivas. Além disso, considera que essas empresas vendem mais, senão em quantidades de produtos, mas em qualidade de público, já que este vai se conscientizando da importância dessas iniciativas. O gestor entende ainda que não há impactos negativos a partir de práticas socioambientais pelas empresas, mas ressalta que suas

ações sejam feitas de forma transparente e de forma educativa, ressaltando que o que as empresas divulgarem em termos de ações socioambientais tem de corresponder às suas práticas.

d) EMPRESA "D"

A Empresa "D" é uma indústria do ramo de gráfica que trabalha com a produção de impressos gráficos, cartazes, panfletos (impressão em "offset"), e também com impressão digital, "banner" e adesivos. Já está no mercado há vinte e dois (22) anos e sua origem se dá através de tradição familiar nesse segmento. A empresa conta atualmente com seis (06) funcionários, sendo apenas uma (01) do sexo feminino.

O gestor considera que o meio ambiente tem uma importância para sua empresa e para todas as pessoas, e diz que já tentou realizar a coleta seletiva, mas que não conseguiu. Os resíduos gerados vão diretamente para o lixo convencional, e menciona que já tentou juntar alguns materiais, como papel, mas não conseguiu interessados em comprá-los.

Segundo ele, a empresa consegue "poupar" e economizar no consumo de água, mas relacionado ao consumo de energia encontra uma maior dificuldade, já que as máquinas da empresa consomem bastante e falta também uma cultura organizacional voltada para essa necessidade.

O gestor considera que as maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas atualmente são a baixa disponibilidade de mão de obra qualificada (no seu ramo de negócio), falta de "capital" e dificuldade de acesso a crédito nas instituições financeiras. Relata ainda que as micro e pequenas empresas possuem mais dificuldades que as empresas grandes nas suas atividades. Essa visão é corroborada por Veiga (2005), principalmente relacionando as dificuldades burocráticas e de acesso a crédito bancário, embora Nascimento, Lemos e Mello (2008) se posicionem de maneira diferente sobre essa questão, apontando vantagens para as empresas com ações socioambientais.

Apesar das dificuldades o gestor considera que ainda existe espaço para se pensar em meio ambiente. Para ele, faltam incentivos para as empresas trabalharem a questão do meio ambiente nas suas ações do dia-a-dia, e que o Poder Público deveria ter a responsabilidade e a prática de receber os resíduos das empresas. Ele considera que com esses incentivos ficaria mais fácil de trabalhar essa questão, já que sua implantação demanda gastos. Outra dificuldade percebida é a falta de cultura e instrução das pessoas.

De acordo com o gestor, sua empresa não desenvolve nenhuma ação junto à comunidade ou de voluntariado, e as ações voltadas para os seus funcionários são apenas aquelas no período de fim de ano. Ele relata ainda que seus colaboradores não se preocupam com o meio ambiente, e ainda não participaram de nenhum evento ou curso voltado para o tema socioambiental.

O entrevistado considera difícil investir em meio ambiente ou desenvolver ações de gestão ambiental, em função da dificuldade encontrada pela falta de cultura e instrução para isso, e que sua implantação demandaria gastos.

De acordo com o gestor, alguns dos seus consumidores demonstram preocupação com o meio ambiente, mas que consideram ainda o fator “preço” como motivação principal em suas decisões de compra, e que estes não se dispõem a pagar mais por produtos de empresas preocupadas com o meio ambiente.

A empresa nunca utilizou materiais ecológicos, como matéria-prima oriunda de reciclagem, nos seus processos de fabricação, pois encontra dificuldade em adquirir esse tipo de produto, além de serem mais caros que os materiais comumente utilizados. Ele relata que nenhum cliente até hoje procurou por produtos feitos a partir de material ecológico, como o papel reciclado. No entanto, relata que já chegou a oferecer, porém, consideraram inviável em função do aumento do preço. Diz ainda acreditar que o consumo desses produtos seria maior caso fossem mais baratos. No entanto, Veiga e Zatz (2008, p. 61) já ressaltam que nem sempre ações ligadas ao meio ambiente não requerem esforços financeiros: “nada comprova ser barato e fácil assumir posturas que levem a resultados significativos do ponto de vista ambiental”.

De acordo com o entrevistado, Responsabilidade Socioambiental "é a questão de você ter essa responsabilidade de não agredir o meio ambiente, de saber usar as formas que não venha a agredir o meio ambiente" (GESTOR D). O gestor diz não se considerar uma pessoa bem informada quanto o assunto é meio ambiente e responsabilidade social, não tendo participado de nenhum evento ou curso relacionado a esses temas, mas que tem interesse em participar. Ele comenta que vê a questão da responsabilidade para com o meio ambiente como dependente de incentivo, principalmente do Poder Público, e vê que falta uma contrapartida da Prefeitura em realizar sua parte na realização da coleta seletiva e do tratamento posterior à essa coleta, com o processo de reciclagem do material colhido.

Segundo o gestor, o que leva as empresas a investirem na preservação do meio ambiente é a busca pela diminuição dos custos, mas que isso ocorre mediante um incentivo do Governo.

Dentre as consequências positivas das práticas socioambientais pelas empresas, o gestor entende que a realização dessas práticas traz benefícios, embora não cite quais, especificamente. Ele entende também que essas práticas não tornam as empresas locais mais competitivas, somente em outros mercados: “‘Lá fora’, eu acredito que sim. Mas aqui não. Aqui não vai alterar em nada. Tanto faz” (GESTOR D). Acredita que o consumidor externo considera essas questões na hora de adquirir os produtos, mas o consumidor local não tem essa cultura de adquirir produtos por essa característica, considerando principalmente o preço na hora de comprar. Para o gestor, empresas com essas ações também não vendem mais por isso. Ele considera, ainda, que apesar dessas ações promoverem uma melhor imagem das empresas, são ações que geram custos adicionais, o que torna por inviabilizar tais práticas, o que pode ser entendido como uma consequência negativa desse ponto, embora o gestor mencione que não vê nenhum aspecto negativo relacionado a essas ações.

e) EMPRESA "E"

A Empresa "E" é uma indústria do setor de alimentos, com mais de vinte (20) anos de atuação no mercado, no segmento de temperos e molhos em geral. A ideia de criação do negócio surgiu pela própria intuição do gestor, pois não possuía experiência nenhuma no segmento. Atualmente, possui hoje vinte (20) funcionários, dentre os quais oito (08) são mulheres.

A empresa desenvolve algumas ações voltadas para o meio ambiente, como a "logística reversa", em que compra suas caixas de embalagens novamente aos seus fornecedores. Segundo o gestor, a aquisição é feita pelo mesmo valor que ele adquire as caixas novas, inclusive, algumas chegando a sair até mais caro para a empresa. Explica que esse é um incentivo que a empresa dá aos seus clientes, ao mesmo tempo que entende essa prática como uma ação voltada para o meio ambiente. De acordo com Guarnieri (2011), a “logística reversa” operacionaliza o retorno dos resíduos após sua geração, e provoca sua reinserção e revalorização econômica, através do retorno desses materiais novamente para a empresa.

O gestor explica que a empresa não polui a natureza e que não trabalha com nenhum produto químico, apenas produtos naturais no processo de fabricação. Segundo o gestor, é

importante a prática da coleta seletiva, mas que ainda não conseguiu implantar na empresa. Justifica a não implantação dessa prática pela falta de iniciativa do Poder Público em implantá-la na cidade.

A empresa trabalha com foco na redução do consumo de energia elétrica e de água. No caso da energia, a empresa já conseguiu reduzir 50% do seu consumo ao longo de oito anos. Ele entende também que à medida que a empresa economiza energia, ela está contribuindo também para o meio ambiente.

Quanto às ações que a empresa desenvolve junto à comunidade, o gestor explica que a empresa realiza mensalmente doações para uma instituição de apoio à portadoras de “câncer de mama”; a instituição faz cestas básicas para seus assistidos, e a empresa contribui na doação dos temperos que compõem essas cestas.

A empresa incentiva constantemente a participação dos funcionários em palestras e cursos voltados para práticas de produção, além de dispor de uma pequena biblioteca, onde seus colaboradores têm à disposição livros que possam interessar para sua leitura. No entanto, considera que eles ainda não possuem uma preocupação ambiental. A empresa também não proporciona nenhuma atividade de lazer para seus colaboradores.

O entrevistado considera que não seja difícil para as empresas investirem no meio ambiente ou desenvolver ações de gestão ambiental, porém, falta iniciativa por parte das empresas em procurar os órgãos voltados para o meio ambiente para que possa fazer a "conexão" e ajudar a desenvolver esse trabalho. Para o gestor, no caso de sua empresa, ela encontra alguns entraves no seu dia-a-dia, que dificulta um pouco trabalhar essas questões, conforme relata: "É uma empresa pequena, está começando, são muitas atividades, muitas coisas, muitas preocupações que a gente enfrenta" (GESTOR E).

Para o gestor, a preocupação dos seus consumidores está na qualidade dos produtos. Ele entende que os consumidores atuais têm a predisposição de pagar mais por produtos que protejam o meio ambiente, e observa que esse tipo de consumidor é formado por aqueles com mais conhecimento sobre o tema, porém, não percebe esse comportamento no consumidor local.

Relata ainda que práticas socioambientais são mais percebidas nos grandes centros, onde os próprios empresários consideram que isso contribui para a entrada nos mercados. De acordo com o gestor, sua empresa não possui nenhum incentivo do governo para a realização de práticas socioambientais, mas que teria interesse caso houvesse esse incentivo.

Ao gestor foi perguntado o que ele entendia por "Responsabilidade Socioambiental", obtendo-se a seguinte resposta: "Nosso futuro. É se organizar para a poluição dos rios, para o futuro". Perguntou-se também o que ele entendia por "Sustentabilidade", e o mesmo respondeu que se trata da continuidade de recursos ambientais, como água e ações que evitam a poluição e desmatamento. Para completar o entendimento, o gestor acrescenta:

Às vezes eu comento que as pessoas elas pegam o último caranguejo do mangue e depois fica reclamando que a natureza não tem retorno; ela pega todos os peixes ou último caranguejo e não deixa, não repõe, e depois fica reclamando do governo, da natureza, tem que partir de cada um. (GESTOR E)

Para o gestor, as iniciativas relacionadas à sustentabilidade são de responsabilidade de cada cidadão, que contribui com sua parte para a proteção da natureza. Veiga e Zatz (2008, p. 37) observam que quando se aplica um sentido prático à noção de sustentabilidade, seu significado torna-se fácil de entender: “É uma ideia quase espontânea ou intuitiva, quando se pensa na extração de recursos naturais renováveis. Não se deve matar a galinha dos ovos de ouro”.

O gestor se mostra uma pessoa bem informada a respeito do meio ambiente, já tendo participado de palestras em Recife-PE direcionada ao tema. Para ele, o que leva as empresas a investir na preservação do meio ambiente é decorrente de uma preocupação de "um futuro melhor para a sociedade, para filhos, para netos". Explica que as empresas não podem pensar somente nos lucros e pensar também no meio ambiente, mas que deveriam ter mais incentivos para o engajamento dos empresários nesse sentido.

Conforme o gestor, sua empresa foi afetada diretamente pelo problema da água, principal matéria-prima utilizada na fabricação dos seus produtos. Sobre problema ambiental ou social gerado pela empresa, lembra que antigamente suas máquinas eram ligadas às 04:00 da manhã, e que por reclamação da vizinhança, mudou o horário de funcionamento, pois o barulho gerado estava incomodando.

Dentre os impactos positivos percebidos pelo gestor na realização de práticas socioambientais pelas empresas, o mesmo expõe que: "Traz um reconhecimento perante a sociedade, traz um reconhecimento perante os outros órgãos, traz um reconhecimento perante as empresas novas". Segundo ele, grandes empresas incentivam e dão preferência a empresas com essas práticas, e que isso ajuda na negociação, pois elas percebem que os consumidores preferem adquirir produtos de organizações com alguma ação socioambiental. Além disso, o gestor não percebe nenhum aspecto negativo devido às ações socioambientais.

Conforme o gestor relata, sua empresa nunca teve nenhum problema relacionado ao meio ambiente, e considera que ela tem uma responsabilidade para com a comunidade e importância para a cidade, principalmente devido à geração de emprego e renda, beneficiando aproximadamente nove (09) famílias diretamente, além da geração de impostos.

f) EMPRESA "F"

A Empresa "F" é uma indústria do ramo de vidraçaria e marmoraria, com mais de treze (13) anos de atuação no mercado. Trabalha na fabricação de produtos de vidro, marmoraria, metalúrgica, molduras e esquadilhas, e conta com um número de trinta e oito (38) funcionários diretos, dentre os quais seis (06) são do sexo feminino.

A gestora relata que alguns materiais são reaproveitados, como pedaços de moldura, mármore e vidro, o que considera ser uma forma de reciclagem; as demais sobras materiais vão para o lixo comum. De acordo com a entrevistada, caso houvesse uma prática de coleta seletiva instituída pela Prefeitura, sua empresa teria interesse em realizar, e que com frequência realiza separação de materiais para doação para realização de trabalhos escolares.

Conforme a gestora, sua empresa busca reduzir o consumo de energia elétrica, realizando, inclusive, consultorias com o SEBRAE com esse objetivo. Relata também que busca reduzir o consumo de água utilizada no processo de fabricação.

A gestora relata que as ações voltadas para a comunidade são feitas através de doações, que compreende serem de natureza particular e não empresarial, e que sua empresa ainda não participou de nenhum evento junto à comunidade ou alguma ação de voluntariado. Em relação aos funcionários, a gestora observa que a empresa realiza constantemente treinamentos, em parceria com o SEBRAE, para melhorar o processo produtivo. Ela considera que alguns dos seus colaboradores se preocupam com o meio ambiente, mas que a empresa nunca promoveu nenhum evento ou curso voltado para essa questão, e as ações voltadas para os mesmos restringem-se às confraternizações de fim de ano.

De acordo com a entrevistada, uma das maiores dificuldades para as empresas atualmente corresponde à falta de capital de giro, que considera um dos principais entraves para as empresas pensarem em meio ambiente. Entende que talvez não seja difícil investir no meio ambiente, mas compreende que se houvesse mais informações a respeito dessas questões, poderia ter uma visão diferente. Nessa perspectiva, Dias (2005) observa que muitas ações de gestão socioambiental são obtidas a partir de um uso mais eficiente dos recursos

naturais e da energia utilizados e diminuição dos resíduos, e em grande parte essas ações podem ser realizadas sem necessidade de investimento, apenas com melhoria da gestão e das práticas adotadas ao longo do processo. A gestora ainda ressalta que sua empresa não possui nenhum incentivo do governo para práticas socioambientais, mas que teriam predisposição em receber caso fosse oferecido.

A gestora considera que alguns consumidores dos seus produtos se preocupam com o meio ambiente, sobretudo quanto ao descarte de resíduos por parte da empresa, e percebe que alguns deles teriam a disposição de pagar mais por produtos de empresas com ações voltadas para o meio ambiente. Ela considera ainda que a decisão de compra dos seus consumidores se baseia em três aspectos: atendimento, qualidade e pontualidade.

Perguntado sobre o que a gestora entende sobre "Responsabilidade Sociambiental" a mesma responde apenas que "Social, ele fala mais no conjunto da sociedade em si" (GESTOR F), e diz não se considerar uma pessoa bem informada sobre meio ambiente e responsabilidade social, não tendo participado de nenhum curso ou palestra sobre esses temas. Ela também diz que não sabe explicar o que leva as empresas a investirem na preservação do meio ambiente ou qual sua motivação, embora considere interessante essas práticas.

A gestora foi perguntada se tem conhecimento de problemas ambientais que possam afetar sua empresa de alguma maneira, e ela diz que o problema da água afeta a empresa, já que o processo de fabricação de materiais com mármore é utilizado a água, assim como também atinge a comunidade e a economia da cidade, além de ter uma ligação com o preço da energia elétrica. Quanto a problemas sociais, a gestora entende que a questão do "desemprego" afeta o mercado, mas que tem buscado não haver demissões na sua empresa.

A gestora entende como impactos positivos a partir de práticas socioambientais o retorno financeiro proporcionado às empresas, pois considera que há um aumento nas vendas a partir da realização dessas ações, ao mesmo tempo que melhora a imagem da empresa diante do mercado, pensamento também defendido por Dias (2005). Ela não considera nenhum impacto negativo a partir dessas ações, embora considere que parte delas requeiram gastos.

g) EMPRESA "G"

A Empresa "G" é uma indústria que trabalha com a produção de produtos de limpeza, como desinfetantes, amaciantes, produtos de alumínio, ácido muriático, água sanitária e detergente. Destaca-se que a empresa é quem fabrica suas próprias embalagens, a partir do

processo de reciclagem de plásticos. Está no mercado há aproximadamente vinte (20) anos e possui um total de oito (08) funcionários, todos do sexo masculino.

A empresa lida com produtos químicos e há uma preocupação em seus efluentes, dispondo de fossas específicas para sua destinação. De acordo com o gestor, a empresa utiliza embalagens de plástico e de papelão, e que trabalha com processo de reciclagem para as garrafas plásticas. O processo de confecção de embalagens a partir da reciclagem é feito dentro da própria empresa, que possui maquinário específico para esse trabalho. Segundo o gestor, as pessoas juntam essas garrafas e vão vender na empresa.

Segundo Donaire (2011), ações dessa natureza trazem benefícios para a empresa, não só do ponto de vista financeiro (pela redução do custo com esse produto), mas também provoca um benefício para o meio ambiente, reaproveitando um material que antes iria para causar dano ambiental, além do ganho de imagem, pois a sociedade considera importante essas práticas e valorizam empresas com essas ações.

Já os demais resíduos gerados pela empresa são colocados em sacos e recolhidos pelo "carro do lixo" da Prefeitura. Contudo, a empresa desenvolve seu próprio método de coleta seletiva, onde separa plástico e papel nas suas atividades. De acordo com o gestor, o consumo de energia na empresa, devido à utilização de muitas máquinas, é elevado, tendo aumentado nos últimos meses.

A empresa não participou de eventos junto à comunidade ou desenvolveu ações de voluntariado, embora relate a doação de seus produtos para uma ONG mantida pela Igreja Batista da cidade, que cuida de "dependentes químicos".

Para os funcionários a única ação desenvolvida foi a promoção de alguns cursos voltados para o processo de fabricação e também algumas atividades de lazer. Segundo o gestor, seus colaboradores possuem preocupação com o meio ambiente e já participaram de cursos voltados para o meio ambiente, promovidos pelo SEBRAE e SESC.

O gestor entende que a maior dificuldade enfrentada pelas empresas corresponde a problemas financeiros, e que apesar dessas dificuldades, a empresa tem por obrigação de trabalhar com preocupação ambiental, motivada pela preocupação com multas. No entanto, observa que ainda é difícil investir no meio ambiente por parte das empresas, pois algumas ações são caras para serem desenvolvidas (mesma ideia defendida por VEIGA; ZATS, 2005), e reclama do excesso de exigências dos órgãos ambientais.

Para o entrevistado a maior parte dos seus consumidores não se importa com o meio ambiente, porém entende que alguns deles teriam disposição de pagar mais por produtos ecológicos ou ambientalmente corretos.

Segundo o gestor, sua empresa não possui nenhum incentivo do Governo para realizar ações socioambientais, mas que teria interesse em desenvolver essas práticas. Além disso, percebe que o que os governos fazem cobranças excessivas para as empresas, havendo uma preocupação apenas em punir as empresas com multas. Relacionando a questão da responsabilidade socioambiental com as práticas de fiscalização, o gestor reconhece a importância da "multa" como instrumento de inibição de danos ambientais.

Foi perguntado ao gestor o que ele entende por Responsabilidade Socioambiental, em que o mesmo respondeu: "é uma coisa que responsabilidade tem que ter". Questionou-se também o que o gestor entende por Sustentabilidade, em que expõe: "A sustentabilidade é manter o negócio firme", se referindo à manutenção da empresa em funcionamento. Ele ainda explica que não se considera uma pessoa bem informada sobre meio ambiente e responsabilidade social, e que nunca participou de nenhuma palestra ou curso sobre meio ambiente, não por falta de oportunidade, mas porque sua preocupação atual é mais voltada para a manutenção das atividades da empresa.

Para o gestor, o que leva as empresas a investirem no meio ambiente são as leis que obrigam, indicando que as empresas não investem no meio ambiente por iniciativa própria: "Quem quer ter despesa? Que empresa quer ter despesa?", questiona (GESTOR G). Para ele, grandes empresas, como a "Ypê", por exemplo, investem no meio ambiente porque a fiscalização baseia suas multas no faturamento: "o Governo é todo bem informado, aí a multa ele bota em cima do faturamento" (GESTOR G).

O gestor percebe que a questão da crise hídrica como problema ambiental que tem afetado sua empresa, impactando nos seus custos. O gestor observa ainda que sua empresa nunca gerou nenhum problema ambiental ou social.

De acordo com o gestor, empresas que investem em práticas socioambientais têm um retorno positivo. Ele entende que essas ações ajudam no aumento das vendas das empresas, a partir da sua divulgação, e cita o caso de um diálogo com outra pessoa em uma determinada ocasião:

Inclusive eu vi um dia desses um rapaz comprando um 'Prestobarba' da 'Gillette', aí ele disse: 'eu só compro da Gillette, dessa aqui'. Eu disse: 'por quê?'. '- Porque aqui vai ajudar aquela ONG de Ayrton Senna', desse jeito. Eu disse 'mas rapaz, e é?'. Ele disse: 'é'. Ele disse desse jeito o 'cabra'. (sic) (GESTOR G).

Conta que ficou admirado com essa situação e que achou muito interessante: "E não é nem um 'cabra', assim, 'esclarecido'. Eu fiquei 'bestinha'" (GESTOR G), observando que a mentalidade das pessoas aos poucos está mudando.

Neste sentido, Nascimento, Lemos e Mello (2008) colocam que ações de marketing social são uma ponte entre as exigências e necessidades materiais de uma sociedade e seus padrões econômicos de respostas. O consumidor, portanto, se identifica com essas ações e passam a optar por comprar produtos de empresas com essas práticas.

O gestor entende que iniciativas socioambientais deveriam partir do interesse da própria empresa e que as empresas deveriam ajudar as que não têm. Para o gestor, as empresas imitam umas às outras, motivado pela "concorrência", mas acredita que muitas ações sociais são desenvolvidas motivadas pela redução fiscal. Explica também que não vê nenhum aspecto negativo relativo às práticas socioambientais desenvolvidos pelas empresas e que sua empresa nunca teve nenhum problema relacionado ao meio ambiente.

h) EMPRESA "H"

A Empresa "H" pertence ao ramo da construção civil, com seis anos de atuação no mercado. Conta atualmente com dez (10) funcionários, mas, no passado, chegou a possuir aproximadamente vinte e seis (26) colaboradores.

O gestor considera o meio ambiente importante para seu setor e considera necessária a fiscalização existente, relatando que a maior dificuldade encontrada por empresa é o excesso de burocracia por parte das Prefeituras, carência de mão de obra qualificada, ausência de incentivos fiscais e excesso de tributos na sua atividade. No entanto, ele entende que dá para se pensar em meio ambiente, e relata que muitos dos problemas ambientais atuais são reflexos das ações do passado, em que as pessoas não fizeram sua parte quanto a esse problema.

Sobre as ações da empresa voltadas para o meio ambiente desenvolvidas o gestor conta que há uma grande preocupação relacionada ao saneamento das suas obras quanto à questão de dano ao solo. A empresa promove a separação dos resíduos gerados em suas construções, destinando-os para um local específico após o término das obras e também se preocupa com a questão da água, buscando a redução do consumo através da conscientização dos seus colaboradores. Além disso, destaca que algumas das embalagens dos materiais de construção, como baldes grandes de plástico, por exemplo, são reaproveitados e vendidos.

Segundo o gestor, seria interessante se as próprias fabricantes tivessem a prática de recolher esses recipientes, e que poderá sugerir a essas empresas essa ideia.

Ele relata também que o problema hídrico provocou um impacto financeiro nas suas construções, já que aumentaram seus custos. Para o empresário, sua maior motivação em se preocupar com o meio ambiente hoje está no receio de no futuro ter que parar as atividades de sua empresa por algum problema ambiental.

A empresa ainda não desenvolveu nenhuma ação ou evento voltado para a comunidade nem participou de nenhuma ação de voluntariado e também não realizou nenhuma ação voltada para seus funcionários. O gestor relata que a baixa escolaridade dos colaboradores dificulta o dia-a-dia da empresa, mas considera que eles estão se preocupando mais com o meio ambiente, e entende que isso é fruto do trabalho da televisão e dos meios de comunicação, que têm focado muito nessa questão.

O gestor não considera difícil investir e desenvolver ações de gestão ambiental, pois não gerariam custos para a empresa. Segundo ele, falta uma parceria com os órgãos para que haja uma orientação neste sentido, para a conscientização das empresas.

Segundo o gestor, poucos consumidores demonstraram interesse no meio ambiente, e atribui isso à falta de esclarecimento e entendimento da população. Cita que alguns já procuraram por vasos e torneiras ecológicas. Para ele, a maior parte dos seus consumidores levam em consideração aspectos de segurança e qualidade do imóvel, mas já observa uma preocupação com o meio ambiente, considerando que há consumidores que se dispõem a pagar mais por isso.

Para o gestor, empresas com práticas socioambientais hoje são mais bem vistas pelos consumidores. Conta ainda que sua empresa não possui incentivos dos governos para realizar ações socioambientais. Neste sentido, Buarque (2008) observa que os governos exercem uma importância muito grande para o desenvolvimento sustentável, como responsável pelo planejamento e fomento de ações visando o futuro.

O gestor entende Responsabilidade Socioambiental da seguinte forma: "É você encarar que a responsabilidade da gente é muito grande, principalmente para deixar um legado para o futuro" (GESTOR H). Perguntou-se também o que ele entende por "sustentabilidade", obtendo-se a seguinte resposta: "A sustentabilidade hoje é o que a gente pensa se caso esse problema da água hoje vier a parar. Aí a sustentabilidade, como se diz hoje, vai virar um caos, não só aqui em Pau dos Ferros-RN, mas a nível nacional" (GESTOR H). O gestor diz que

vem buscando estar sempre informado através dos meios de comunicação a respeito de questões socioambientais, já tendo participado de palestras sobre esse tema.

Para o gestor, a preocupação das empresas quanto à sustentabilidade está ligada à sua própria sobrevivência, que pode ser entendida como uma “Sustentabilidade Econômica”, definida por Sachs (2008). Ele cita ainda a questão da água e do desemprego como problemas socioambientais que atinge seu ramo empresarial e toda economia.

De acordo com o gestor, desenvolver ações socioambientais resultam em impactos positivos e benefícios para as empresas, como, por exemplo: aumento de competitividade; tornam as empresas mais bem vistas; e um retorno positivo de imagem e que reflete diretamente no aumento das vendas. Por isso, ele entende que as empresas deveriam trabalhar mais essas questões, pois entende que essas práticas dão retorno positivo para essas empresas, ao mesmo tempo em que não vê nenhum aspecto negativo decorrente dessas práticas.

i) EMPRESA "I"

No mercado há pouco mais de três (03) anos, a Empresa "I" surgiu a partir da identificação da oportunidade do mercado que existia em Pau dos Ferros-RN e região e atua hoje na fabricação dos seguintes produtos: "adesivos", que serve para adesivar um carro, por exemplo; "outdoor", que são adesivação de frotas; "banners", para aniversários, trabalhos de faculdades; "papeleria", voltado para fabricação de receituários médicos, pastas médicas, cartões de visitas de vários clientes; além de outro forte segmento, voltado para a questão de camiseta e sublimação (impressão na própria malha). A produção é 100% feita dentro da empresa, não havendo nenhuma etapa terceirizada. Possui um total de nove (09) funcionários, com exceção do diretor. O quadro é composto somente por homens, inclusive na parte de costura.

O gestor considera o meio ambiente importante para sua empresa, e observa que existe uma relação em que quando a economia cresce o meio ambiente é afetado. Sua empresa possui uma ação de parceria com a Secretaria Municipal do Meio Ambiente de Pau dos Ferros-RN, onde alguns "banners" fabricados pela empresa são doados para confecção de sacolas e "ECOBAGS", e também para cobertura de caixas d'água na comunidade. Para o gestor, a principal motivação para a realização dessas ações é pessoal, e relata que no ano de 2012, todos os funcionários da empresa, foram acometidos pela "dengue", e que a partir daí ficou atento a essa questão, já que comprometeu as atividades da empresa no período.

Outros materiais que sobram dentro da empresa, como papéis, a empresa doa para uma empresa, que revende. O gestor relata que sua empresa já realiza a coleta seletiva de materiais, de uma parte fazendo doações e o restante destinadas para o lixo normal, já que a Prefeitura não realiza a coleta seletiva dos materiais.

A empresa consome pouca água e também vem trabalhando com foco na redução do consumo de energia elétrica, inclusive substituindo todas as lâmpadas convencionais por lâmpadas de "LED". O gestor comenta que há uma preocupação com o consumo de energia de duas máquinas da empresa, que é uma da fabricação de "banners" e de fabricar camisetas. "As duas máquinas são usadas na mesma sala, com o mesmo ar condicionado, com o mesmo funcionário" (GESTOR I). A empresa utiliza as duas máquinas no mesmo espaço e no mesmo horário, ação motivada pela busca de reduzir os custos da empresa.

Segundo o gestor, a maior dificuldade das empresas, na sua concepção, é a falta de mão de obra qualificada no mercado. Na opinião do gestor, as empresas atualmente pensam "muito pouco" ou "quase nada" em meio ambiente. Para ele, as preocupações com aspectos socioambientais são relegadas a segundo plano quando comparada com o interesse econômico.

Sobre ações voltadas para os funcionários, o gestor relata que estes participam constantemente de treinamentos, mas percebe que eles se importam "muito pouco" com o meio ambiente, embora não tenham participado de cursos voltados ao tema. A empresa também promove constantemente atividades de lazer para seus colaboradores, e que essas ações são motivadas por considerar que essas ações de valorização dos funcionários influencia a permanência dos funcionários na empresa e estes se sentem mais motivados.

Perguntado se é difícil investir no meio ambiente ou desenvolver ações de gestão ambiental, o gestor respondeu: "Não é difícil e também não é caro. É questão, eu vejo mais de boa vontade do que até de dificuldade" (GESTOR I). O gestor entende que os consumidores da sua empresa se preocupam com a questão ambiental e que estes se dispõem a pagar mais por produtos de empresas preocupadas com o meio ambiente. Ele observa que os produtos ecológicos, de modo geral, são mais caros que os demais, e que teria interesse em trabalhar com esses produtos, caso o preço fosse mais viável.

Segundo o gestor, o mercado se preocupa e observa se as empresas estão trabalhando a favor ou não da comunidade e do meio ambiente. No entanto, entende que os consumidores de Pau dos Ferros-RN, de maneira geral, não têm uma preocupação com o meio ambiente.

Sobre o que o gestor entende por "Responsabilidade Socioambiental", ele explica: "A responsabilidade ela vai desde a nossa criança, nossos filhos, até o mais velho. Seja de jogar um papel no lixo, como também de jogar algum lixo no rio. Então, assim, essa responsabilidade que deveríamos ter muito mais" (GESTOR I). Sobre "Sustentabilidade", ele entende que está ligada à concepção de desenvolver ações pensando no futuro. O gestor já participou de eventos e cursos sobre o meio ambiente e sustentabilidade no município de Pau dos Ferros-RN, mas que poderia estar melhor informado a respeito das questões socioambientais. Na sua concepção, investir no meio ambiente pode estar ligado à questão de incentivos fiscais e à própria sobrevivência no negócio.

Para o gestor, a questão da falta de água tem atingido a economia das cidades, afetando a realização de eventos públicos e privados, e, portanto, a economia regional e sua empresa, que trabalha também com produtos voltados para esses eventos.

O gestor entende que práticas socioambientais desenvolvidas pelas empresas resultam em impactos positivos, como benefícios financeiros, aumento de competitividade e melhoria da imagem da empresa no mercado, passando também a vender mais. "Elas vendem mais, porque aparecem mais no mercado" (GESTOR I). De acordo com Aligleri *et. al.* (2009), a imagem da empresa torna-se um importante fator estratégico, influenciando, inclusive, a fidelidade dos clientes. Segundo o gestor, tem consumidores que preferem adquirir produtos dessas empresas e que geralmente são consumidores "formadores de opiniões". Ele considera ainda que não percebe nenhuma consequência negativa relacionada a essas práticas pelas empresas.

j) EMPRESA "J"

A Empresa "J" está em atividade há aproximadamente vinte e dois (22) anos e atua na fabricação de móveis, portas, janelas, guarda-roupas, móveis combinados e móveis planejados. Trabalha 100% por encomenda. O gestor conta que hoje trabalha sozinho, sem nenhum funcionário, porque já teve três experiências "ruins" e que todos eles o colocaram "na justiça".

O gestor entende que atualmente há uma melhoria na relação da sua empresa com o meio ambiente, pois a matéria-prima utilizada na fabricação já vem industrializada. Ele comenta que antigamente uma parte da madeira que ele utilizava era retirada das matas locais, principalmente com a planta denominada "Cumarú", hoje escassa região, e comenta: "Eu fiz

parte dessa destruição”. O gestor explica que atualmente é raro alguém derrubar uma árvore com o propósito de retirar sua madeira, pois já se compra madeira pronta para essa finalidade, e ressalta que atualmente o desmatamento diminuiu bastante. O mesmo faz o seguinte relato a respeito da extração de madeiras nativas da região: "Hoje não se faz mais, hoje ninguém tira mais nem um 'cambito' pra uma baladeira" (GESTOR J). Ele ressalta que atualmente o desmatamento diminuiu bastante.

Uma parte da matéria-prima que sobra no processo de fabricação é doada e os demais resíduos são destinados para o lixo comum. O gestor diz que a empresa consome pouca energia elétrica e explica como procede: "Não deixo luz acesa à toa, eu pago na faixa de sessenta reais (R\$ 60,00)" (GESTOR J).

Perguntado se o gestor já realizou alguma ação junto à comunidade, o mesmo explica que, como pessoa, participa de um grupo chamado "CAMINHAR", que vem realizando há nove (09) anos um trabalho de doação de cestas básicas para a comunidade.

De acordo com o gestor, as maiores dificuldades das empresas atualmente no seu ramo de atividade é a questão do preço da matéria-prima. Ele considera difícil trabalhar a questão do meio ambiente: "Eu acho. Até por falta de conhecimento, por onde começar. Se eu tivesse a noção por onde começar, eu acho que mesmo pequeno ou pouco eu fazia, mas não tenho noção" (GESTOR J). Ele também entende que falta uma participação do Estado para incentivar as empresas trabalharem a questão do meio ambiente.

O gestor também considera que seus consumidores não se preocupam com a questão do meio ambiente e que nenhum demonstrou esse interesse, ausência de preocupação decorrente da falta de conhecimento e percebe que a maior preocupação dos seus clientes é a questão da qualidade dos produtos. Entretanto, ele considera que boa parte dos seus clientes aceitariam pagar mais, desde que fosse explicado as razões para tal ação.

O gestor entende que as empresas que têm práticas socioambientais não têm uma melhor imagem no mercado por isso, pois os consumidores não são atentos a essa questão. Ele entende que as empresas investem no meio ambiente quando dispõem de recursos financeiros abundantes. Segundo ele, sua empresa não possui incentivos diretos do governo para praticar ações socioambientais. O gestor diz ainda que teria interesse em realizar ações socioambientais, como reciclagem e coleta seletiva, por exemplo, caso o governo oferecesse incentivos para sua empresa e que se importa com a questão do meio ambiente.

Sobre "Sustentabilidade" o gestor entende que é algo ligado ao meio ambiente e explica ao seu modo: "Caso você derrube uma (01) árvore, você tem que plantar no mínimo

cinco (05), pra ter sustentabilidade, que é pra amanhã você ter... se tivesse essa preocupação, mas não, derruba mil (1.000) aí bota uma (01). Aí a sustentabilidade vai acabar" (GESTOR J). De acordo com o próprio gestor, ele não se considera uma pessoa bem informada em termos de meio ambiente e sustentabilidade, e nunca participou de nenhum evento ou curso sobre esses temas.

Perguntado o que ele considera que motiva as empresas a investirem no meio ambiente, o mesmo deu a seguinte resposta: "Fantasia e sobra de dinheiro. Aí tira ali uma porcentagem e bota ali pra se amostrar. Não deixa de ser uma propaganda da própria empresa, é mais um comercial do que a própria vontade de fazer" (GESTOR J). Neste sentido, Dias (2005, p. 138) ressalva: "Para dar consistência e credibilidade à imagem socioambiental, é preciso materializar o discurso. As pessoas querem saber se as pessoas estão incorporando os valores disseminados em seus processos de fabricação, produtos, embalagens e estrutura física".

O gestor percebe problemas ambientais que afetam a empresa, dentre eles a preocupação com uma possível falta da madeira no futuro, além da questão da água que afeta a economia. O gestor também considera que o problema social que poderia afetar sua empresa está relacionado à questão econômica, pois o desemprego, por exemplo, atinge o comércio local.

Dentre os aspectos positivos das práticas socioambientais, o gestor entende que isso torna as empresas mais competitivas, passando a vender mais por isso e tendo um maior retorno financeiro, além de ser uma propaganda do negócio. No entanto, entende que desenvolver essas ações requer gastos por parte das empresas, apesar de não ver nenhum ponto negativo nessas práticas.

k) EMPRESA "K"

A Empresa "K" atua no segmento da construção civil e está em atividade há aproximadamente sete (07) anos e conta com doze (12) funcionários.

Segundo o gestor, apesar de ser uma empresa pequena, eles tentam ao máximo evitar o desperdício de materiais e de água nas suas construções. Relata que atualmente encontra dificuldade quanto à água, pois o abastecimento feito pela rede pública funciona com precariedade, fazendo com que a empresa compre "caminhões pipa" para abastecer suas obras, elevando os custos. Conforme o gestor, sua empresa nunca utilizou materiais reciclados

em suas construções, decorrente da inexistência de lojas com esses materiais na cidade. A empresa desenvolve um trabalho de recolhimento de entulhos das suas obras e destinam para um local específico

De acordo com o gestor, a empresa não desenvolve nenhuma ação junto à comunidade nem nunca participou de ações de voluntariado, nem realiza nenhuma ação específica voltada para os funcionários. Ele menciona que seus colaboradores já participaram de eventos sobre meio ambiente, promovidos pelo Poder Público, mas que não considera que estes tenham uma preocupação ambiental, atribuindo esse comportamento à falta de instrução.

O gestor considera que é difícil investir no meio ambiente, e que essa dificuldade está relacionada ao aumento dos custos para se investir nessa área. Ele entende que, por essa razão, o meio ambiente muitas vezes fica em segundo plano.

Perguntado se seu público consumidor se importa com a questão do meio ambiente, o gestor entende que "não muito". Para ele, o processo de conscientização da sociedade em relação ao meio ambiente é papel do Poder Público, tanto na esfera municipal, estadual e federal. Segundo ele, devido à questão do baixo poder aquisitivo das pessoas da cidade, não vê a disposição de pagar mais por produtos de empresas com práticas sustentáveis e que estes ainda não incluem a preocupação com o meio ambiente nas suas decisões. O gestor entende que ainda são poucas as pessoas que preferem adquirir produtos de empresas preocupadas com a questão ambiental, e que esse comportamento está relacionado mais à questão da instrução, cuja predileção independe do valor do produto. Ele analisa também, que esse ponto está vinculado também ao poder aquisitivo do consumidor, que, quanto mais elevado, maior é a preferência por esse tipo de produto.

O entrevistado relata que sua empresa não possui nenhum incentivo por parte do governo para praticar ações dessa natureza, mas que se dispõe a adotar, caso receba esse tipo de incentivo.

Sobre o que o gestor entende por "Responsabilidade Socioambiental", ele explica que: "Está direcionada a todo cidadão que deseja ter uma qualidade de vida melhor, que deseja ter uma qualidade de vida com menos poluição, com menos dejetos, com menos epidemias, com menos agentes poluidores e transmissores de doenças" (GESTOR K). Ele percebe que essa responsabilidade não é papel somente do governo (que deve estar à frente do processo), mas de toda sociedade. Por "Sustentabilidade", ele entende que corresponde a uma produção com preocupação ambiental. Relata que já participou de eventos sobre meio ambiente e sustentabilidade, se considera uma pessoa bem informada sobre o assunto.

Para o gestor, o que leva as empresas a investir na preservação do meio ambiente é a consciência do empresário sobre essa questão. Ele considera que há alguns problemas ambientais que podem afetar sua empresa, como a erosão dos solos e ausência de saneamento em alguns lugares. Compreende também a questão da água como um dos fatores que atinge sua empresa, impactando financeiramente nas suas obras e atingindo vários setores da economia. Quanto a problemas sociais, o desemprego atinge seu negócio, entendendo a baixa qualificação de mão de obra como um entrave no seu ramo de atuação.

O gestor percebe consequências positivas na realização de práticas socioambientais nas empresas, como, por exemplo, aumento na competitividade, melhoria na imagem da empresa e aumento das vendas, benefícios observados por Nascimento, Lemos e Mello (2008), bem como por Tachizawa e Andrade (2012), já citados anteriormente. Para o gestor, "muitas pessoas adeptas da ecologia são fiéis consumidores de quem tem práticas ambientais corretas" (GESTOR K). Ele ainda observa que a prática de redução de consumo de materiais traz outro retorno positivo à empresa, pois provoca uma redução nos custos de produção. Quanto a impactos negativos na realização dessas práticas, o gestor entende não haver nenhuma.

I) EMPRESA "L"

A Empresa "L" atua no ramo da construção civil desde o início de 2012, com foco na construção de imóveis residenciais destinados ao Programa "Minha Casa, Minha Vida", do Governo Federal. Atualmente, conta com um total de quinze (15) funcionários, incluindo uma sócia.

Perguntado qual a importância do meio ambiente para sua empresa, o gestor diz que é "tudo". Ele observa que o problema hídrico atual é decorrente da falta de cuidado com o uso da água e preservação do meio ambiente. Relata que suas construções são realizadas observando os impactos que a mesma pode provocar em rios e bacias de águas, por exemplo.

Como empresário, ele considera que as maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas são os altos impostos e observa que não há uma contrapartida do Governo, que não retornam esses recursos em benefícios para a sociedade. Relata como dificuldade também os encargos trabalhistas, que dificulta a contratação, e que o governo poderia facilitar essa questão, beneficiando o mercado de trabalho.

Segundo o gestor, iniciativas socioambientais dependem de cada dirigente das empresas, e que, apesar das dificuldades inerentes ao dia-a-dia das empresas, há espaço para preocupações relacionadas ao meio ambiente.

Em relação às ações ambientais, o gestor menciona que os entulhos e resíduos das suas construções são juntados e recolhidos por uma empresa especializada nesse tipo de trabalho com a qual a empresa possui um contrato de prestação de serviço e que dão a destinação adequada. Outra ação da empresa é a doação de árvores para colocar à frente das residências construídas, como um incentivo ao meio ambiente. O gestor conta que doa de duas a três árvores, a depender do tamanho do terreno.

A empresa possui uma preocupação com o uso de água nas suas construções. Relata que no início do problema hídrico na cidade, sua empresa perfurou um poço artesiano para suprir suas necessidades e reuniu os funcionários para conscientizar sobre essa questão e justifica que a ação de redução de consumo é para que, mesmo tendo a água do poço disponível, mas que diminua a agressão com o meio ambiente.

O gestor relata também que sua empresa não desenvolve nenhuma ação voltada para a comunidade nem ações de voluntariado. Quanto aos funcionários, comenta que a empresa proporciona cursos através de parcerias com a COSERN e com o SEBRAE, voltados para as práticas de construção, e que esses cursos são custeados pela empresa. No entanto, o gestor considera que seus funcionários não têm uma preocupação com o meio ambiente, nem nunca participaram de cursos ou eventos específicos voltados para o tema.

Para o entrevistado, ainda é difícil desenvolver ações de gestão socioambiental nas empresas, pois a sociedade não contribui para essas práticas. Ele observa que é necessário a participação do Poder Público nesse processo e menciona que sua empresa que sua empresa não possui nenhum incentivo do governo para desenvolver práticas socioambientais.

De acordo com o gestor, alguns consumidores dos seus produtos se importam com a questão relacionada ao meio ambiente e que apenas uma pequena parte tem disposição de pagar mais por produtos de empresas com preocupações ambientais. Ele destaca que nas suas construções é padrão a instalação de mecanismos ecológicos, como torneiras e vasos sanitários com dispositivos de redução de água. Essas são ações que a empresa já adota em suas obras, independente de solicitação dos clientes. Outra preocupação nas construções é quanto à contaminação do solo, principalmente na construção das fossas sépticas.

Sobre o que o gestor entende por "Responsabilidade Socioambiental", ele explica: "responsabilidade socioambiental é, tipo, se você produz lixo, você é responsável pelo lixo

que você produz. Então, você tem que achar uma maneira adequada para descartar ele, não poluindo o meio ambiente" (GESTOR L). Quanto ao entendimento sobre "Sustentabilidade", ele destaca que há diversas formas de se entender a sustentabilidade, tais como a "sustentabilidade no mercado; uma sustentabilidade no meio ambiental", e explica: "Como, como é que eu vou dar sustentabilidade a esse sítio, a essa floresta que tem perto da minha casa? É fazendo ações para que ela não se degrade e no futuro eu vá ter essa floresta" (GESTOR L). Ele diz que gostaria de estar mais informado sobre meio ambiente e responsabilidade social, e que ainda não participou de nenhum curso ou palestra voltado para esses temas, mas que gostaria de participar. Relata ainda que sua preocupação em relação ao meio ambiente é motivada por questões pessoais e empresariais.

De acordo com o gestor, as empresas investem na questão socioambiental por possuírem incentivos fiscais e por entenderem que melhoram sua imagem, divulgando suas ações e crescendo com isso. Sobre problemas ambientais e sociais que possam afetar sua empresa, o gestor cita a questão da água e do desemprego atual, que tem refletido nas atividades da empresa.

O gestor percebe aspectos positivos na realização de práticas socioambientais, conforme relata: "No ego do empresário, é muito bom você saber que você conseguiu, um exemplo, não jogar lixo na natureza; que você conseguiu conscientizar os seus funcionários que não destruam a natureza; se tem uma planta, preserve" (GESTOR L). Ele entende que empresas com ações socioambientais têm uma imagem melhor no mercado e são mais competitivas, pois já existem muitas pessoas com essas preocupações e que buscam adquirir produtos certificados e com selo verde, e que por essa demanda, essas empresas passam também a vender mais por isso. Quanto a pontos ou impactos negativos percebidos a partir dessas práticas, o gestor entende que não há nenhum.

m) EMPRESA "M"

A Empresa "M" é uma indústria do ramo da panificação da cidade de Pau dos Ferros-RN e conta atualmente com um número de doze (12) funcionários, dentre eles, cinco (05) homens e sete (07) mulheres.

A gestora considera que o meio ambiente é importante para sua empresa. Ela conta que no início de suas atividades adquiriu umas embalagens de papel para os produtos que falava sobre a preservação do meio ambiente, mas que, apesar do alto investimento, não

obteve sucesso. A gestora ainda adquiriu sacolas duráveis de pano, e fez a doação para os clientes. No entanto, a iniciativa também não teve êxito, o que a entrevistada atribui à pouca educação ambiental dos seus consumidores. Ela conta que a iniciativa teve motivação pessoal, por entender a importância da ação para o meio ambiente e para qualidade de vida.

Quanto às ações ambientais, todo óleo de cozinha usado na empresa, é vendido após sua utilização, representando um ganho financeiro, ao mesmo tempo que representa benefício para o meio ambiente. A empresa também realiza reaproveitamento de materiais produzidos. A gestora conta que com a parte do "pão francês" que sobra é feita a farinha de rosca e também as "torradinhas". Os demais produtos que sobram, a gestora doa para pessoas que criam porcos na cidade. Outra ação ambiental é quanto ao descarte de recipientes que sobram a partir do uso de produtos na empresa, como baldes plásticos, que são vendidos. Quanto à geração de resíduos na empresa, a gestora conta que até o momento consegue realizar a separação de lixo orgânico e de vidros; os demais resíduos são juntados e repassados à coleta diária do lixo, realizado pela Prefeitura.

Sobre o consumo de água na empresa, a gestora comenta que eles trabalham na busca pela redução de consumo, e que há três anos vem adquirindo água do município de Apodi-RN, já que a água fornecida na cidade não estava sendo suficiente.

A entrevistada explica que atualmente usa fornos movidos a energia elétrica, e que, no passado, chegou a utilizar o forno a lenha, porém, o excesso de fiscalização ambiental motivou essa mudança.

De acordo com a gestora, o que motiva suas ações voltadas para o meio ambiente é sua noção de responsabilidade: "Para mim, hoje, além de estar no mercado, eu também sou mãe e eu sei que tudo que a gente 'planta' a gente 'colhe'. Então quem vai 'colher' são os meus filhos. Então, é melhor que eu 'plante' bem" (GESTOR M).

A gestora conta que anteriormente havia também o desperdício de "sopas" fabricadas na empresa e que hoje realiza doação da parte que não é vendida no dia para uma Igreja da cidade, que realiza um trabalho social. Além disso, é realizada diariamente a doação de pães e carnes para cachorro-quente para uma instituição da cidade, que cuida de crianças carentes, e que realiza essa ação por motivação pessoal.

Sobre ações voltadas para os funcionários, a gestora conta que realiza trabalhos com especialista em recursos humanos e que, a partir disso, percebe um aumento na responsabilidade e compromisso dos colaboradores em relação à empresa. Os colaboradores

nunca participaram de eventos ou cursos voltados especificamente para o meio ambiente. Quanto às atividades de lazer, a empresa proporciona apenas confraternizações de fim de ano.

Sobre o que a gestora considera ser as maiores dificuldades das empresas atualmente, ela diz que é a falta de incentivos pelo governo. Perguntado se ela considera difícil investir no meio ambiente ou desenvolver essas ações de gestão ambiental, responde: "Eu acho que não. Eu acho que é até prazeroso" (GESTOR M).

A gestora considera que a maioria dos seus consumidores tem uma preocupação com o meio ambiente e o que mais motiva sua decisão de compra é a qualidade dos produtos. Percebe ainda que muitos deles se dispõem a pagar mais por produtos de empresas responsáveis socioambientalmente.

À gestora foi perguntado o que ela entende por "Responsabilidade Socioambiental". Para ela, diz respeito a compreender que as ações de hoje terão reflexos no amanhã das pessoas. Perguntou-se também o que ela entende sobre "Sustentabilidade". "Empresa Sustentável é a que recicla, a que aproveita os resíduos, a que aproveita tudo que não serve mais pra ela" (GESTOR M). Ela cita como exemplo de ação sustentável a venda do óleo utilizado pela empresa, que passou a dar um destino correto e ao mesmo tempo rentável para um produto que seria descartado na natureza ou, no máximo, doado para outras empresas.

A gestora diz que não se considera uma pessoa muito bem informada quanto ao meio ambiente e responsabilidade social, mas que nunca participou de nenhuma palestra ou evento ligado a essas questões, embora considere importante para seu dia-a-dia, não só como empresária como também nas relações familiares.

De acordo com a gestora, as empresas investem no meio ambiente por terem incentivos para suas ações e também por uma questão de responsabilidade empresarial. Porém, relata não possuir nenhum incentivo do governo para desenvolver essas ações.

Quanto a problemas ambientais que atingem sua empresa, a gestora menciona a questão da falta de água, que impactou a empresa do ponto de vista financeiro, já que foi necessário investimento para sanar esse problema, com a perfuração de um poço artesiano. Quanto a problemas sociais, vê a questão da "crise" que impactou um pouco na empresa, que teve seus custos e despesas elevados. No entanto, a gestora não alterou o preço dos produtos. Relata que no passado quando a empresa trabalhava com forno a lenha, já teve problemas devido à eliminação de "bolinhas pretas" pela chaminé, o que incomodava os vizinhos. Contudo, não percebe nenhum problema social gerado pela empresa até hoje.

Sobre aspectos positivos da realização de práticas socioambientais, a gestora entende que as pessoas veem a empresa de modo diferente. Para ela, essas ações melhoram a imagem empresarial, aumentando as vendas da empresa, pois os consumidores preferem comprar produtos de empresas com responsabilidade socioambiental, por entenderem que estão contribuindo indiretamente com o meio ambiente.

Quanto a aspectos negativos a partir da realização de práticas socioambientais pelas empresas, a gestora compreende que não tem. Entretanto, vê dificuldades quanto à falta de incentivos para as empresas e educação ambiental na sociedade. Ela entende ainda que algumas ações socioambientais requerem gastos por parte das empresas: "À medida que você vai fazer um trabalho social, você vai tirar da empresa. Você tem um limite de tirar, você sabe que você não vai só doar, você tem que estabelecer uma meta" (GESTOR M). E, segundo ela, esses gastos acarretam um aumento das despesas nas empresas.

n) EMPRESA "N"

A Empresa "N" surgiu desde 2011, atuando no ramo da construção civil e cujo foco é a construção de imóveis residenciais e obras públicas, em todo o Estado do Rio Grande do Norte, Paraíba e Ceará. A empresa conta atualmente com doze (12) funcionários diretos.

O entrevistado considera o meio ambiente importante para sua empresa e é atento aos impactos ambientais causados pela construção. Segundo relata, sua empresa tenta reduzir os resíduos sólidos gerados, para que não haja agressão ao meio natural. Uma das ações da empresa nas suas atividades é a contratação de uma empresa especializada que recolhe os resíduos de cada construção e dá uma destinação e gerenciamento adequado.

Quanto ao uso de água, o gestor relata que busca economizar em suas atividades, orientando seus funcionários sobre o uso consciente desse recurso, através da redução ou da reutilização. A empresa também utiliza materiais ecológicos, como, por exemplo, vasos sanitários com válvulas de acionamento de redução de consumo de água e torneiras com um redutor, em que economiza até 30% da água utilizada.

O gestor explica que por ser de pequeno porte, a empresa não possui de muitos recursos para a aquisição de tecnologias voltadas para o meio ambiente, que considera caras. Além dessa dificuldade, o gestor elenca a falta de mão de obra qualificada, altos custos e muitos impostos. Essas dificuldades, segundo o gestor, não impactam nas ações das empresas voltadas para o meio ambiente, pois considera que essa questão está relacionada à consciência

do empresário. Ele relata sua empresa ainda não desenvolveu nenhuma ação voltada para a comunidade nem atividades de voluntariado, pois ainda é uma empresa pequena e sem acesso a esse tipo de ações.

Quanto às ações voltadas para os funcionários, o gestor relata que costuma incentivar a participação em cursos promovidos pelo CREA e também cursos do PRONATEC na área da construção civil; observa que poucos se preocupam com o meio ambiente, porém, após a crise hídrica, alguns já demonstram uma preocupação ambiental quanto a esse recurso. A empresa proporciona periodicamente atividades de lazer para os seus colaboradores, que considera uma importante interação para o estímulo e confiança em relação à empresa. O gestor observa que o que motiva suas ações socioambientais é o prazer de trabalhar e de ver sua empresa crescer.

Sobre entraves para a implantação de práticas socioambientais, o gestor considera difícil e caro investir no meio ambiente ou desenvolver ações de gestão ambiental, visão compartilhada por Veiga e Zatz (2008), que defendem que ações socioambientais requerem dispêndios por parte das organizações, contrapondo ao raciocínio de Tachizawa e Andrade (2012), que dizem o contrário. Segundo o entrevistado, por exemplo, custa caro para a empresa realizar o gerenciamento dos resíduos, através de contratação de uma empresa especializada, sem ajuda do Poder Público. Observa que uma ajuda do governo, como a redução ou eliminação de alguns impostos, estimularia as ações ambientais, e sem esse estímulo fica difícil para as empresas pequenas poderem atuar nesse sentido. Para o gestor, as empresas de grande porte têm mais condições de investirem no meio ambiente, por disporem mais recursos financeiros.

O empresário relata que seus clientes privados se preocupam tão somente com o recebimento da obra, se importando apenas com a questão de prazo e preço, e entende também que até mesmo os clientes “públicos” não têm preocupação ambiental. Segundo o entrevistado, o problema é cultural: “não existe a parte cultural de ninguém se preocupar com o meio ambiente ainda” (GESTOR N). Ele considera que as pessoas só passam a se preocupar quando percebe algum problema que as afetem diretamente, e cita a questão da crise hídrica no Nordeste. Observa ainda que muitos clientes ao adquirirem suas casas desfazem a ligação do saneamento próprio e jogam parte dos efluentes diretamente para a rua, poluindo o meio ambiente, para não terem gastos com esgotamento. Na visão do gestor, de modo geral, poucos consumidores hoje em dia se preocupam com o meio ambiente, tanto no país como um todo, como na cidade de Pau dos Ferros-RN.

O entrevistado considera que empresas que desenvolvem práticas socioambientais têm uma imagem melhor diante do mercado, pois seus consumidores são um público mais consciente e que estimulam o desenvolver dessas ações. No entanto, relata que sua empresa não realiza ações mais efetivas do ponto de vista socioambiental por não possuir nenhum incentivo do governo.

Ao gestor foi perguntado o que ele entende por Responsabilidade Socioambiental. Segundo ele, refere-se às ações no intuito de preservar o meio ambiente. Ele observa que se deve ter uma responsabilidade para com o meio ambiente hoje, para que este esteja preservado para as gerações futuras. Sobre Sustentabilidade, ele explica: “entendo que seria você fazer algo, criar algo que não venha prejudicar outra alguma coisa por fora” (GESTOR N). O entrevistado não se considera uma pessoa bem informada quanto ao assunto de meio ambiente e responsabilidade social, mas que procura sempre estudar e estar ciente acerca desses assuntos, e relata já ter participado de várias palestras e eventos sobre meio ambiente.

Sobre problemas ambientais que possam afetar sua empresa, o gestor cita como exemplo a questão da água, e observa que a empresa não pode utilizar água contaminada nas suas construções: “Não pode, porque existem características no concreto que se você utilizar água poluída, aí o concreto não vai ficar com a sua resistência adequada” (GESTOR N). Ele cita ainda a questão com o cuidado com o uso de solos, que não pode haver contaminação, pois pode comprometer a estrutura das construções, percebendo o problema da falta de água como um problema ambiental. No entanto, entende que esse problema na cidade e região não está relacionada à questão de preservação, mas sim às condições naturais. “Existe a falta d’água, mas a falta d’água é justamente por causa da seca da gente aqui, que mata gente, mata bicho, mata tudo” (GESTOR N). Segundo o entrevistado, o problema hídrico tem afetado a economia e a vida das pessoas como um todo, inclusive do ponto de vista emocional, que tem muitas pessoas deixando seus ambientes de trabalho e indo em busca de melhores condições na cidade grande, por falta de estrutura básica e recursos naturais no interior, e completa: “Isso é uma pena, mas é a seca do Nordeste, é a natureza daqui, então, a gente tem que se adaptar ao que vive” (GESTOR N).

Perguntados sobre que impactos positivos o gestor percebe na realização de práticas socioambientais, ele entende que provoca uma melhora na qualidade de vida das pessoas. No entanto, entende que no curto prazo o impacto financeiro na empresa é negativo, pois geralmente requer custos, mas que, a longo prazo, a consequência é positiva. Também não considera que empresas com ações ambientais sejam mais competitivas por isso, pois o

número de pessoas com consciência ambiental ainda é reduzido, o que não resulta em ganhos financeiros pelas empresas. Para ele, apenas os consumidores conscientes sobre a questão ambiental passam a ver melhor as empresas com essas práticas; os demais não têm essa mesma visão.

o) EMPRESA "O"

Em atividade há mais de quarenta e cinco (45) anos, a Empresa "O" é uma indústria do ramo da panificação, originada de tradição familiar. Possui um quadro de dezesseis (16) funcionários, sendo deste total nove (09) homens e sete (07) mulheres.

A gestora considera o meio ambiente importante para sua empresa. No entanto, a empresa desenvolve poucas ações voltadas para o meio ambiente. Os resíduos gerados na empresa são destinados ao lixo comum, e a parte orgânica é utilizada como alimento em uma criação particular de animais. A gestora relata que encontra problemas para lidar com a questão da água, que teve seus gastos elevados, impactando nos custos da empresa.

A empresa sempre usou o forno a lenha para sua produção, mas que vem utilizando o forno elétrico há seis anos. Porém, devido ao aumento no preço, a empresa passou a utilizar novamente o forno convencional, utilizando uma lenha permitida pela legislação ambiental.

A entrevistada relata que há muitos anos a empresa faz doações diárias de pães para uma instituição religiosa ligada à Igreja Católica na cidade. Quanto à motivação, ela explica que é por satisfação pessoal. Também realiza doações para as Igrejas Evangélicas, e acrescenta: "Graças a Deus, Deus tem me ajudado que não falta. Faço de coração" (GESTOR O).

Quanto às ações voltadas para os funcionários, a gestora relata que sempre participam de cursos oferecidos em parceria com o SEBRAE local. Conta ainda que sempre proporciona atividades de lazer para os funcionários e que isso é importante para eles.

Como empresa, a gestora diz que nunca participou de nenhuma ação ou evento de voluntariado na comunidade e diz que talvez seus funcionários se sentissem mais motivados por trabalharem em uma empresa preocupada com o meio ambiente.

A entrevistada entende que não é difícil investir no meio ambiente e desenvolver ações ambientais, mas que é necessário incentivo para isso. Ela conta que sua empresa não possui nenhum incentivo do governo para realizar ações socioambientais e reclama da cobrança de

impostos. Observa ainda que seus clientes não estariam dispostos a pagar mais por produtos de empresas que se preocupasse com o meio ambiente.

A gestora se considera razoavelmente informada sobre meio ambiente e responsabilidade social, embora não tenha participado de nenhum curso ou palestra sobre esses temas. No entanto, não soube definir o significado de “Responsabilidade Socioambiental” ou “Sustentabilidade”. Ela entende também que empresas com ações socioambientais não têm retorno por essas práticas.

De acordo com a gestora, ela não percebe nenhum benefício ou lado positivo na realização de ações socioambientais pelas empresas. No entanto, também não percebe nenhum aspecto negativo.

A gestora diz ainda que nunca foi incentivada à realização de coleta seletiva, por exemplo. Sua empresa já teve problemas relacionados ao meio ambiente e já recebeu várias multas de órgãos de fiscalização ambiental, como o IBAMA. Segundo ela, há um excesso de fiscalização. Ela conta que o problema dessas multas foi pela queima de um tipo de lenha que antigamente ela utilizava no processo de fabricação: "foi porque eu queimava lenha de 'jurema'. O negócio deles é a 'lenha de jurema'. Agora, você pode queimar 'algaroba' sem nenhuma confusão. Mas a 'jurema', se ele pegar um 'pau de jurema', você pode se preparar pra pagar uma 'nota'".

A gestora conta que procura saber a opinião dos consumidores em relação à empresa, e que faz uso de uma "caixinha" onde cada consumidor pode colocar um papel com sua opinião e sugestões. Relata ainda que sempre realiza sorteios para os clientes, no período do "Dia das Mães" e no "Natal". Ela relata que antes fazia com a colaboração de alguns dos seus fornecedores, mas que atualmente está fazendo por conta da própria empresa.

p) EMPRESA "P"

No mercado há dezenove (19) anos, a Empresa "P" é uma indústria de fabricação de móveis de madeira, produzindo portas, esquadilhas, roupeiros, cozinhas, camas, salas e outros móveis projetados. Atualmente, a empresa possui sete (07) funcionários, sendo cinco (05) homens e duas (02) mulheres.

O gestor observa que sua empresa não agride a natureza, pois a matéria-prima de madeiras utilizadas em seus processos são todas legalizadas. Entende que quem mais prejudica o meio ambiente não são os marceneiros e sim os pecuaristas. A empresa trabalha

com madeira de reflorestamento há quatro (04) anos. A utilização desse tipo de madeira é necessária para a própria manutenção das atividades no seu segmento, que dependem diretamente dessa matéria-prima: "a madeira está acabando, se a gente não passar para esse tipo de madeira aí, vai deixar de trabalhar, no máximo daqui a 20 anos" (GESTOR P).

O gestor percebe que é necessário se preocupar com o meio ambiente, principalmente com a questão da geração de resíduos. Suas sobras de materiais, a maior parte vai para o lixo comum, mas uma parte delas, como o "pó de serragem" a empresa doa para pessoas que trabalham com granjas, que reaproveitam para fazerem "camas de frango". Sobre o consumo de energia na empresa, o gestor conta que utiliza máquinas de baixo consumo.

De acordo com o gestor, sua empresa não desenvolve nenhuma ação voltada para a comunidade nem desenvolve nenhuma ação de voluntariado. Quanto aos funcionários, além de atividades de lazer promovidas pela empresa, os colaboradores têm um desconto de 50% em compras de produtos da linha de produção da empresa, e percebe que eles se preocupam com o meio ambiente.

O gestor considera importante, porém, difícil investir em ações socioambientais, principalmente quando não se tem um retorno pela ação e não se tem incentivos para seu desenvolvimento. Dias (2005) cita vários benefícios financeiros decorrentes de práticas socioambientais, a partir da redução de resíduos e adoção de mecanismos de controle de poluição, tais como: menores gastos com energia e materiais; eliminação de possibilidade de custos futuros devido a processos de despoluição; menores complicações de ordem legal; redução de custos operacionais e de manutenção; além de menores riscos atuais e futuros para os colaboradores, público e meio ambiente, conseqüentemente, menores despesas.

Para o gestor, seus consumidores teriam uma disposição em pagar mais por produtos de empresas preocupadas com o meio ambiente, pois entende que hoje em dias as pessoas estão mais atentas a essa preocupação, mas que essas decisões dependem muito do tipo de consumidor.

Perguntado o que o gestor entende por "Responsabilidade Socioambiental", ele relata que diz respeito às empresas "que trabalham dentro da legalidade". Questionado sobre o que ele entende por "Sustentabilidade", não se obteve resposta. O gestor não se considera bem informado sobre meio ambiente e responsabilidade social e relata não ter participado de nenhum evento ou curso sobre esses temas.

Na opinião do gestor, o que motiva as empresas a investir na preservação do meio ambiente é o incentivo do Governo, mas também o ramo de atividade e o tipo de produto

também influem para as empresas atuarem neste sentido. Ele percebe que atualmente as empresas têm buscado ligar seus produtos com a proteção do meio ambiente, para que as pessoas tenham conhecimento que a mesma não está causando danos ambientais.

O entrevistado compreende o problema da água como um problema ambiental que afeta de alguma forma sua empresa, pois afeta a economia da cidade e o comércio local, impactando também no seu negócio.

Sobre benefícios percebidos pelo gestor a partir da realização de práticas socioambientais, ele diz que entende que aqueles que investem é porque há um retorno em função disso, como aumento de competitividade e reflexo positivo nas vendas. No entanto, observa que não observou esses benefícios ainda em seu ramo de atividade. Ele relata que não percebe nenhum ponto negativo relacionado às empresas com essas práticas.

q) EMPRESA "Q"

A Empresa "Q" é uma indústria do setor gráfico e de comunicação visual, com vinte e cinco (25) anos de atuação e trabalha com a produção de cartazes, panfletos, encartes, adesivos, blocos de nota fiscal, lonas, "banners", "faixas banners", "front light" (placa com estrutura de ferro luminoso), e também na parte de sublimação, que inclui a fabricação de camisetas e bandeiras. A produção é 100% interna e a fábrica possui sete (07) funcionários, sendo uma mulher (na parte de secretaria) e seis (06) homens na parte de produção.

O gestor relata que seu setor sofre uma grande influência das questões ambientais. Ele explica que questões ligadas ao meio ambiente têm afetado sua empresa, principalmente no aspecto legal e que de fiscalização. Essa realidade, de acordo com Dias (2005) pode ser verificada em vários municípios do Brasil, que têm intensificado suas fiscalizações em relação ao meio ambiente nas suas localidades. Aligleri *et. al* (2009, p. 101) destacam que atender à legislação ambiental proporciona vários benefícios, tais como: “melhor imagem da empresa, aumenta facilidades para comercialização e exportação, além de aproximar o relacionamento com bancos e poder público. Também minimiza o risco de multas e custos com processos judiciais”.

Sobre ações voltadas para o meio ambiente, o gestor explica que sua empresa não realiza coleta seletiva de materiais. A empresa também busca economizar energia em seus processos, e quanto ao consumo de água o consumo é mínimo e que sua escassez tem servido para educar as pessoas sobre seu uso racional. Conta que os funcionários não demonstram

preocupação com relação ao meio ambiente, e que seria interessante se houvesse palestras e cursos, esclarecendo e conscientizando estes sobre essas práticas.

As sobras de tecidos o gestor conta que separa para ser vendido posteriormente. Outro material que sobra do processo de fabricação são pedaços de metais, que a empresa revende para pessoas que passam recolhendo para "ferro-velho". Já o "solvente" químico usado em alguns de seus processos, não podendo jogá-lo no solo nem no esgoto normal, o gestor recolhe e leva para um local para sua queima, porém, sem um controle ambiental específico.

A “Empresa Q” não desenvolve nenhuma ação voltada para a comunidade, no entanto, realiza algumas ações de voluntariado em parceria com a instituição "Rotaract", ligada ao "Rotary Club", que corresponde a eventos cuja entrada é um quilo de alimento não perecível e, ao final, realiza a doação desses alimentos junto à comunidade. Quanto aos funcionários, a empresa também não desenvolve nenhuma ação específica para eles, somente alguns cursos eventuais promovidos pelo SEBRAE e que eles participam.

O gestor considera difícil desenvolver ações de gestão ambiental e que os consumidores, de modo geral, não se importam com essa questão. Segundo ele, o que influi atualmente na decisão de compra dos consumidores é o atendimento, a qualidade dos produtos e o preço, e que não considera que os consumidores se dispõem a pagar mais por produtos de empresas preocupadas com o meio ambiente.

Para o entrevistado, as práticas socioambientais melhoram a imagem da empresa no mercado, mas entende que os empresários de Pau dos Ferros-RN ainda não despertaram para essa questão, e atribui isso à ausência de políticas públicas de incentivo à essas ações. Segundo o gestor, sua empresa não possui nenhum incentivo do governo para praticar ações socioambientais, mas que teria esse interesse em desenvolver, caso fosse oferecido.

Para o gestor, Responsabilidade Socioambiental é "ter a consciência de fazer a coisa certa" (GESTOR Q). Ele explica que é importante a separação de materiais, como metais e plástico, e sua venda para reciclagem, que considera uma oportunidade e incentivo econômico à prática da coleta seletiva. O gestor se considera uma pessoa bem informada quanto à responsabilidade social e meio ambiente, mas ainda não participou de nenhum evento ou curso relacionado a esses temas.

O entrevistado considera que são incentivos fiscais que levam as empresas a investirem na preservação do meio ambiente, e que até mesmo as grandes empresas necessitam desses incentivos. Percebe ainda que ações socioambientais são mais motivadas a partir do momento em que existe uma fiscalização dessas ações.

O gestor observa que práticas socioambientais não trazem benefícios para as empresas e que essas ações demonstram apenas que elas possuem uma visão diferente das demais. No entanto, considera que empresas com ações socioambientais são mais bem vistas pelo mercado e passam uma imagem melhor para o consumidor, mas que não vendem mais por isso, pois as pessoas não ainda despertaram para essa questão. Não percebe nenhum aspecto negativo relacionado a essas ações, porém, enxerga como um custo a mais para as empresas.

r) EMPRESA "R"

No mercado há sete (07) anos, a Empresa "R" é uma indústria do ramo de fabricação de equipamentos de musculação e de ginástica em geral. A empresa conta com três funcionários colaboradores, além do diretor. Surgiu a partir da percepção da dificuldade que se tinha de adquirir materiais para a academia na região e que seus preços eram elevados.

Perguntado qual importância do meio ambiente para sua empresa, o gestor responde da seguinte forma: "Tem tudo a ver. Na realidade, principalmente porque a gente trabalha com o ferro, que é uma matéria-prima, então, tem que ter uma relação bem interessante com essa questão da poluição" (GESTOR R). Na produção quase não sobra resíduos, e a parte que sobra é reaproveitada. A parte de ferro que sobra, a empresa doa para pessoas venderem, mas apenas os materiais que não servem para reaproveitarem. O processo de reaproveitamento na empresa é motivado tanto pelo aspecto financeiro, como do ponto de vista interno do cuidado com os funcionários. Ele explica que, como a empresa trabalha com materiais "pesados", como ferro, cola e tinta, por exemplo, deve-se ter esse cuidado.

Quanto ao uso de água na empresa, o gestor conta que ela é utilizada apenas no processo de "lixamento" dos produtos, gerando pouco consumo. No entanto, relata que encontra dificuldade para redução do consumo de energia, mas que vem orientando seus funcionários neste sentido.

A empresa não desenvolve nenhuma ação junto à comunidade nem voltada para seus funcionários. Quanto à preocupação destes em relação ao meio ambiente, o gestor considera que apenas alguns deles possuem essa consciência. Relata que esse comportamento varia de acordo com a qualificação da mão de obra, que seus colaboradores já participaram de cursos voltados à atividade produtiva, incentivando à uma percepção melhor sobre meio ambiente.

O entrevistado conta que as maiores dificuldades percebidas nas empresas são as dificuldades financeiras, altos custos de matéria-prima e a falta de mão de obra qualificada.

Entretanto, entende que mesmo com essas dificuldades é possível integrar ações ambientais ao dia-a-dia das empresas.

O gestor relata que um dos seus funcionários cria objetos de metais a partir da reciclagem dos materiais que sobram do processo de fabricação, construindo aviões e diversos objetos a partir do ferro que sobra. Ele destaca que nada é desperdiçado dentro da empresa e que qualquer objeto eles tentam reaproveitar ou restaurar para uma continuidade de uso ou mesmo para outra finalidade.

Conforme o gestor, as máquinas que eles fabricam, por serem de ferro, servem para serem reformadas e que seus clientes costumam com frequência trazerem à empresa para serem restauradas ou consertadas.

O entrevistado considera que a dificuldade em investir no meio ambiente está relacionada à área de atuação da empresa (e que as indústrias apresentam mais dificuldades neste sentido), e acrescenta dois aspectos: primeiro, há uma falta de conhecimento de como desenvolver uma política ambiental nas empresas; segundo, desenvolver algumas ações de preservação ambiental ainda são caras. Ele explica que sua empresa não possui nenhum incentivo do governo para praticar ações socioambientais, embora tenha interesse.

De acordo com o gestor, grande parte dos seus clientes tem uma preocupação ambiental. No entanto, para ele, esses consumidores ainda dão mais importância ao fator "preço". Ele considera que o consumidor de Pau dos Ferros-RN já apresenta uma noção de importância do meio ambiente, devido às ações desenvolvidas pela Secretaria do Meio Ambiente do município.

Sobre o que o gestor entende por "Responsabilidade Socioambiental", ele observa que é uma empresa não só oferecer um produto ou um serviço à sociedade: "É entender que aquele produto ele vai ter uma qualidade, ele não vai estar agravando o meio ambiente, ele vai ter por trás daquela produção toda, algo destinado também à questão social" (GESTOR R). Para ele, isso é uma forma de "compensar o meio ambiente" ou "recompensar a parte social" pelo impacto que determinado produto gera no meio ambiente e para a sociedade. O termo "Sustentabilidade" ele explica da seguinte forma: "É a gente ter a consciência de que as gerações futuras elas vão precisar ter uma qualidade do ambiente, de uma maneira geral. Como, por exemplo, é a gente executar uma atividade hoje e pensar em que impacto ela vai trazer para o amanhã" (GESTOR R).

O gestor diz que se sente muito confortável para abordar esses assuntos, devido ao tempo em que o mesmo atuou na Secretaria de Meio Ambiente do município de Pau dos

Ferros-RN, relatando já ter participado de muitos cursos e palestras voltados a esses temas, embora precise compreender melhor como aplicar esse conhecimento na empresa.

De acordo com o gestor, o que motiva as empresas a investirem no meio ambiente é a questão da obrigatoriedade e fiscalização, e também a conscientização da sociedade que vem aumentando. Para o gestor, na cidade de Pau dos Ferros-RN falta uma conscientização quanto à importância do meio ambiente. Ele considera que falta consciência quanto às ações do dia-a-dia, como organização do lixo caseiro e consumo de água, coisas simples que podem ser feitas tanto nas residências como nas empresas. Relata também a inexistência de uma coleta seletiva por parte do Poder Público, que traria uma melhoria em relação ao meio ambiente.

O gestor aponta o problema da falta de água como um grave problema ambiental. Para ele, esse problema eleva o preço da energia elétrica, que é utilizada na empresa no processo de fabricação, e que esse aumento encarece o preço dos produtos, pois eleva os custos de produção.

O entrevistado percebe alguns impactos positivos a partir da realização de práticas socioambientais, como melhoria na percepção dos clientes em relação à empresa, criando uma relação de confiança e fidelidade dos clientes; provoca também um aumento no número de clientes e nas suas vendas, proporcionando um retorno financeiro e tornando-se mais competitivas que outras que não desenvolvem as mesmas práticas. Outro efeito positivo a partir dessas práticas é quanto à coleta seletiva de materiais, que são usados para reciclagem, que entende como uma prática que beneficia o meio ambiente e ao mesmo tempo traz um sentido social para a ação, a partir da geração de renda e melhora na qualidade de vida de outros cidadãos. De acordo com o gestor, essas ações não requerem gastos por parte das empresas, mas requerem atenção, cuidado, gerenciamento e organização por parte de quem pratica. Quanto a aspectos negativos percebidos a partir das práticas socioambientais, o gestor considera que não há nenhum.

s) EMPRESA "S"

No mercado desde 2001, a Empresa "S" é uma indústria do ramo de alimentos, produzindo embutidos relacionada à produção de carnes e derivados. Possui um total de quarenta e dois (42) funcionários diretos. Toda a carne utilizada como matéria-prima da produção, vem dos estados do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins, Goiás, Maranhão.

O gestor considera o meio ambiente importante não só para sua empresa, mas também para toda sociedade. Segundo relata, para a empresa ser instalada foram necessárias algumas medidas para obtenção da "Licença Ambiental", por exigência do IDEMA, como a construção de uma "lagoa de tratamento", onde toda água utilizada é tratada e reaproveitada dentro da empresa, para lavagem do piso. Além disso, foi construído um reservatório para o recebimento de todos os efluentes líquidos e sólidos da empresa. Além do cuidado com a água, a empresa não realiza nenhum trabalho de reciclagem ou reaproveitamento de materiais, e também não há a prática da coleta seletiva.

Na visão do gestor, uma das maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas, é a falta de mão de obra qualificada. Elenca também a ausência de incentivos do governo para as indústrias e o excesso de carga tributária, que desestimula o crescimento das empresas. Observa que sua empresa não possui nenhum incentivo do governo para a realização de práticas socioambientais.

Quanto às ações voltadas para os funcionários, a empresa sempre realiza cursos em parceria com a FIERN e SEBRAE, tais como "prática de produção", "manutenção de produção", "risco de trabalho", "segurança do trabalho" e "boas práticas de fabricação". Considera que eles se importam como o meio ambiente e que sempre busca orientá-los internamente sobre essa necessidade. Quanto às atividades de lazer, o gestor relata que todos os anos realiza uma confraternização e também desenvolve atividades esportivas para eles.

A empresa não desenvolve nenhum trabalho social junto à comunidade nem realiza ações de voluntariado. Porém, o gestor relata que a empresa sempre é procurada para conceder patrocínios para eventos e que ela sempre colabora.

O gestor considera complexo investir no meio ambiente e desenvolver ações de gestão ambiental, mas que é algo necessário, e não são mais desenvolvidas por aumentarem os gastos nas empresas. Contudo, percebe que as empresas vêm despertando mais para os problemas ecológicos atuais e voltando suas ações para a solução desses problemas: "Nos últimos anos as empresas começaram a abrir os olhos pra questão ambiental. Eu acredito que a tendência é, aos poucos, a questão ambiental se torne necessário", observa o gestor. Dias (2005, p. 183) valida esse entendimento: "hoje a mudança é bastante sensível no empresariado em relação à percepção da importância da questão ambiental e de como ela pode afetar seus negócios a curto, médio e longo prazo".

O gestor considera que os consumidores dos seus produtos já se importam com a questão relacionada ao meio ambiente, contudo, percebe que estes ainda não têm a disposição

de pagar mais por produtos de empresas preocupadas com o meio ambiente, primando mais por aspectos como qualidade e o preço.

De acordo com o gestor, empresas que desenvolvem práticas socioambientais passam uma imagem melhor para o mercado, e que a percepção do consumidor e sua preferência por essas empresas é influenciada pelo nível de instrução de cada um.

Quando perguntado o que o gestor entende por “Responsabilidade Socioambiental”, ele diz que: “é uma herança que nós vamos deixar para nossas gerações futuras, para os nossos filhos, nossos netos, nossos bisnetos, e a geração que vem a seguir” (GESTOR S). Sobre o que o gestor entende por “Sustentabilidade”, ele responde: “A Sustentabilidade é a empresa conseguir trabalhar causando o menor impacto possível ao meio ambiente” (GESTOR S). O gestor se considera bem informado a respeito de temas socioambientais, embora ainda não tenha participado de nenhum curso ou palestra sobre esses temas.

Sobre o que leva as empresas a desenvolverem ações socioambientais, o gestor entende que, em primeiro lugar, é a cobrança por parte dos órgãos ambientais; em segundo, a conscientização dos próprios empresários, que passam a entender a necessidade de melhorar e fazer sua parte sobre o meio ambiente.

O gestor considera a falta de água como um problema ambiental que pode atingir sua empresa, pois é necessária nas suas atividades, e que essa questão provocou um impacto econômico na cidade, interferindo, inclusive, no orçamento das famílias. Considera que o desemprego é uma questão social que impacta nas atividades da empresa, pois diminui o poder de compra da população.

Perguntado que impactos positivos ou benefícios o gestor percebe na realização de práticas ambientais pelas empresas, ele coloca que em termos de vendas, pela cultura local, não há impacto. Ele explica que a questão de reuso da água traz um impacto econômico, ao mesmo tempo em que também ajuda o meio ambiente. Não percebe nenhum ponto negativo das práticas socioambientais nas empresas, apesar de considerar ainda de difícil implementação, em função de aumento de custos.

De acordo com o gestor, sua empresa possui uma responsabilidade em relação à comunidade e tem uma importância para a cidade, pois atualmente é quem mais gera impostos e empregos para a cidade.

t) EMPRESA "T"

A Empresa "T" é uma indústria de produção e comercialização de gelo feito a partir de água mineral. Em atividade há pouco mais de um ano (desde 2014), possui atualmente três (03) funcionários.

O gestor considera o meio ambiente importante para sua empresa, pois a principal matéria-prima utilizada no processo de fabricação é a água, que é adquirida em garrações de uma fonte mineral da cidade de Apodi-RN. Quanto às ações voltadas para o meio ambiente, a empresa se preocupa com a questão de reciclagem, realizando coleta seletiva de plásticos e papel. Explica que realiza a reciclagem de garrações de água mineral utilizadas na empresa e que os sacos plásticos utilizados na empresa são doados para "catadores" que recolhem para reciclagem; as "tampas plásticas" são doadas também para reciclagem, onde são triturados para refazerem mais tampas ou outros materiais. Já a parte de papel e papelão separados na empresa, são recolhidos pelo serviço de coleta de lixo municipal. Ele explica que todo esse material que sobra na empresa, ela realiza a doação.

A empresa realiza um trabalho voltado para economia de energia, pois trabalha com máquinas que funcionam 24 horas por dia, como câmaras frias, "freezers" e máquinas de gelo. A câmara fria durante a noite é desligada e religada só no dia seguinte. Com a máquina de produção de gelo ocorre o inverso: ela trabalha durante a noite para que o gelo seja embalado e armazenado pela manhã, quando as câmaras frias são religadas. De acordo com o gestor, essas ações têm gerado uma economia de energia da empresa em torno de 40% a 50%. Devido aos aumentos sucessivos no preço da energia, a empresa vem buscando outros meios para reduzir o consumo, e relata que a empresa está adquirindo um gerador para ligar às câmaras frias.

As maiores dificuldades que o gestor percebe nas empresas atualmente é a burocracia junto às instituições financeiras. Para ele, causa estranheza um banco só querer fornecer crédito quando o cliente já tem uma certa estrutura, e isso dificulta muito as empresas. Mas, ele conta que apesar das dificuldades existentes, considera que sobra espaço para as empresas pensarem no meio ambiente e que isso depende da consciência de responsabilidade de cada cidadão.

O gestor demonstra uma grande preocupação com a questão da água e justifica: "Porque nossa matéria-prima toda ela é proveniente do meio ambiente, a água e a energia que nos é fornecida também" (GESTOR T).

De acordo com o gestor, a empresa sempre realiza doações de produtos (sacos de gelos) para eventos escolares, eventos esportivos e eventos religiosos (como romarias e caminhadas). Ele conta que além da doação de produtos, muitas vezes doa dinheiro como patrocínio para escolinhas de futebol, que solicitam para a compra de coletes esportivos.

Sobre o que motiva essas ações, o gestor explica: "além de uma divulgação do produto, é a questão mesmo de solidariedade humana" (GESTOR T). Ele explica ainda que essas ações não têm tanto o intuito de publicidade, já que só há mais a divulgação quando a empresa doa para confecção de camisas ou uniformes.

O entrevistado menciona que realiza confraternizações de fim de ano e na "Semana Santa" para os colaboradores, períodos em que a empresa também realiza a doação de cestas de acordo com cada oportunidade. Compreende que eles se importam com o meio ambiente, principalmente quanto ao não desperdício de água, energia e outros materiais. Relata que estes não participaram de nenhum evento voltado para o meio ambiente, por falta de oportunidade.

Sobre entraves e oportunidades para a implantação de práticas socioambientais, o gestor não considera difícil investir no meio ambiente ou desenvolver ações de gestão ambiental, mas que faltam incentivos do governo para que se desenvolvam essas ações. Para o gestor, o que leva as empresas a investir na preservação do meio ambiente é a própria consciência por parte dos empresários, estimulada pela opinião dos consumidores.

De acordo com o gestor, o fator "qualidade" é o que os consumidores consideram importante para a decisão de compra de seus produtos, haja vista o preço ser semelhante ao dos concorrentes. Não considera que seus consumidores teriam disposição de pagar mais por produtos de empresas preocupadas com o meio ambiente, pois além de não terem essa "consciência" ambiental, o fator "preço" ainda é importante na decisão de compra.

O gestor entende por Responsabilidade Socioambiental da seguinte forma: "é a responsabilidade que cada cidadão, nós como cidadãos, temos que ter com a sociedade e o meio ambiente, em conjunto, preservar, não agredir. Eu penso que seja isso" (GESTOR T). Quanto ao que compreende por "Sustentabilidade", ele responde: "Na minha mente vem justamente a questão de reciclagem, de reaproveitamento daquelas coisas que podem ser reaproveitadas, de forma a uma empresa, enfim, a qualquer segmento se autossustentar, nessa medida, reutilizando, economizando" (GESTOR T). O gestor se considera uma pessoa razoavelmente bem informada sobre esses temas, já tendo participado de algumas palestras.

Ele entende também que eventos dessa natureza deveriam acontecer com mais frequência, porque as pessoas também devem se "reciclar".

Ele entende que há uma ligação direta entre qualidade de vida e meio ambiente, e que nos últimos tempos tem percebido uma preocupação maior por parte das pessoas e das empresas da cidade em relação à questão da água. Esse problema está entre as grandes preocupações da empresa, pois relata que a fonte de onde obtém sua matéria-prima já chegou a secar no ano de 2015 e que vê isso com grande preocupação. O gestor entende que os problemas sociais estão ligados aos problemas econômicos, que tem afetado sua empresa, pois as vendas de modo geral diminuíram.

Como impactos positivos decorrentes de práticas socioambientais nas empresas, o entrevistado cita como exemplo o fato da conscientização das pessoas. Considera também que ações socioambientais geram impacto financeiro positivo, como economia de custos, por exemplo, tornando as empresas mais competitivas, além de trazerem um retorno positivo de imagem. O gestor não percebe nenhum impacto negativo em função de práticas socioambientais desenvolvidas pelas empresas.

u) EMPRESA "U"

No mercado há dezenove (19) anos, a Empresa "U" é uma indústria do ramo de alimentação, atuando no segmento de pizzaria e restaurante. Surgiu em 1996 quando o proprietário e mais dois amigos decidiram colocar um "stand" em uma feira de negócios da cidade de Pau dos Ferros-RN. Diante do sucesso de vendas, decidiram então montar um negócio e entrar no segmento de alimentos. A empresa conta atualmente com um número de vinte e cinco (25) funcionários, sendo seis (06) mulheres e dezenove (19) homens.

O gestor compreende a importância do meio ambiente e relata que sua empresa se sente responsável pelo contexto ambiental, e que contribui positivamente, dando o destino adequado aos resíduos que são produzidos em sua atividade. Conforme relata, mesmo não existindo a coleta seletiva na cidade, sua empresa realiza a separação dos resíduos em orgânicos e inorgânicos, e separando metais, como latinhas, e vidros, e os vende. Outra ação ambiental desenvolvida pela empresa foi a construção de uma horta orgânica para a produção de ervas e hortaliças. A ideia foi desenvolvida em parceria com o IFRN de Pau dos Ferros, como parte de um Projeto de Extensão de um professor da instituição. A horta fica aos cuidados de uma de suas funcionárias, que, inclusive, é aluna egressa do curso de Técnico em

Alimentos do IFRN da cidade. O gestor explica que o que motivou à ação foi o desejo de oferecer aos clientes um produto orgânico e seguro; o outro motivo foi a redução dos custos com alguns produtos de hortaliças, que são de fácil perecimento. Parte dos insumos utilizados na horta são adquiridos com recursos vindos da venda das latinhas separadas na empresa.

Em relação ao consumo de água, a empresa vem demonstrando preocupação, tendo reduzido seu consumo em aproximadamente 30% nos últimos meses, e ainda pretende substituir as torneiras comuns por torneiras com dispositivos de redução de vazão. Para a redução do consumo de energia, o gestor substituiu todas as lâmpadas convencionais por lâmpadas de "LED", e substituirá os "freezers" por uma "câmara fria", que otimizará também o espaço físico na empresa. A empresa possui um manual de Instrução de Trabalho (IT), contendo toda a instrução para que os funcionários trabalhem com redução tanto de consumo de água como de energia elétrica. O gestor explica também que a empresa trabalha com o forno a gás, que funciona melhor que os outros modelos, agredindo menos o meio ambiente.

A empresa participa do projeto "Amigos da APAE", realizando doações mensais para a instituição. Sobre sua motivação, o gestor relata: "Eu me sinto responsável também como esse agente que se desenvolve e participa do desenvolvimento da sociedade, social e econômico, e também contribuir com uma instituição tão importante" (GESTOR U).

Quanto às ações juntos aos funcionários, o entrevistado explica que todos os seus colaboradores têm um "seguro de vida". Isso motiva o funcionário na sua realização profissional, que entendem como importante não só o salário, mas também a relação existente com a empresa. Além disso, a empresa instituiu a confraternização do "Aniversariante do Mês", onde mensalmente é realizada uma comemoração. Também promove uma confraternização de fim de ano e periodicamente atividades de lazer. No entanto, o gestor considera que poucos funcionários de sua empresa se preocupam com o meio ambiente, embora sempre aborde essa temática nas reuniões da empresa.

Como ação de voluntariado, a empresa participa da Festa de Padroeira da cidade há três (03) anos, doando seus produtos prontos e colocando sua estrutura na festa por uma noite. Todo recurso arrecadado é doado para a Igreja. Para o gestor, é uma ação que a empresa realiza para a comunidade e que todos os colaboradores se sentem motivados com a ação.

O gestor considera que investir em meio ambiente ou desenvolver ações de gestão ambiental é mais uma questão de atitude e iniciativa de cada empresário. Ele percebe também que apenas uns 30% dos seus consumidores se importam com a questão do meio ambiente e que se dispõem a pagar mais por produtos de empresas preocupadas com o meio ambiente.

Nota também que grande parte dos consumidores ainda não têm a consciência quanto à importância do meio ambiente, principalmente na cidade de Pau dos Ferros-RN.

De acordo com o gestor, a concepção sobre o meio ambiente está relacionada diretamente à instrução da população. Ele observa que nas comunidades mais carentes as pessoas se importam menos com o meio ambiente, e explica que não é porque elas não queiram, mas porque não foram educadas para isso, portanto, não têm essa noção. "Para elas, soltar um pedaço de papel no meio da rua ou uma lata de refrigerante é a coisa mais normal do mundo" (GESTOR U), explica. Buarque (2008, p. 76) corrobora essa visão: "Existe, por um lado, uma relação complexa entre distribuição de renda (e pobreza) e qualidade do meio ambiente, resultante das implicações do volume e do padrão do consumo dominante na sociedade – que depende da estrutura da renda – sobre os ecossistemas". Esse comportamento, por eliminar a noção de proteção de recursos com vistas ao longo prazo (futuro), contrapõe, consequentemente, suas ações à lógica de desenvolvimento sustentável.

Por "Responsabilidade Socioambiental", o gestor entende que é a ação de contribuir com o meio ambiente onde está inserido de forma responsável, seja através de práticas voltadas para a coleta seletiva do lixo, da organização e do seu destino adequado, ou de ações que despertem nas pessoas essa compreensão. Sobre "Sustentabilidade", explica: "uma coisa sustentável é aquela que consegue sobreviver, que consegue fluir e dar continuidade" (GESTOR U). O gestor conta que já participou de vários eventos sobre meio ambiente, mas reconhece que é preciso se informar mais acerca de questões socioambientais.

Sobre o que motiva as empresas a investirem no meio ambiente, o gestor considera que seja decorrente do próprio processo de conscientização das empresas quanto à sua responsabilidade social e também pela percepção de benefícios como contrapartida de suas ações. Entende também que as grandes empresas desenvolvem essas ações respaldadas por incentivos que motivam essas práticas, o que não ocorre no caso da sua empresa.

O entrevistado explica que a questão da água trouxe reflexos econômicos na empresa, pois seu custo chegou a quadruplicar, e a empresa teve que dispensar três (03) funcionários para compensar esse aumento. Cita também a "crise econômica" como fator de aumento do desemprego, que o fez rever todo o planejamento da empresa.

Sobre que impactos positivos ou benefícios o empresário percebe na realização de práticas socioambientais, ele observa que essas ações contribuem para uma sociedade mais justa, consciente e equilibrada, agregando valor, gerando credibilidade e refletindo positivamente no aspecto financeiro da empresa, pois essas empresas passam a vender mais

por isso. O gestor não vê nenhum "aspecto totalmente negativo" decorrente dessas práticas, relatando que ações socioambientais não dependem tanto de gastos para serem implementadas, citando como exemplo a questão da "horta" e da sua coleta seletiva.

v) EMPRESA "V"

A Empresa "V" é uma indústria de fabricação de móveis, no mercado há dezenove (19) anos e conta com quatro (04) funcionários, além do gestor. Os principais produtos fabricados na empresa são painéis, cozinhas, guarda-roupas, "corrimão para escada", todos itens feitos sob encomenda, tanto para residências como para empresas.

O gestor considera o meio ambiente "muito importante" para sua empresa. Com o propósito de reduzir danos ambientais, a empresa possui um aparelho "exaustor", que evita a dispersão do "pó de madeira" no ambiente. Atualmente, as matérias-primas utilizadas na empresa são a madeira, verniz, cola e tinta, que, segundo o gestor, quase não geram resíduos. Conta que já trabalhou com a madeira originada do "Ipê", que acarreta problemas de saúde, e por essa razão deixou-se de trabalhar.

O gestor conta que o que sobra de pó e pedaços pequenos de madeira na empresa é destinado ao lixo normal, e os pedaços maiores levados para a cidade de Sousa-PB, onde fazem o reaproveitamento para a fabricação de "pranchas" de madeira através de um processo de "prensagem". A energia gasta na empresa é mínima, pois a maior parte da matéria prima que ele utiliza já vem cortada, mediante pedidos ao fornecedor. Do mesmo modo, consumo de água também é bastante reduzido, servindo apenas para o uso interno.

A empresa não desenvolve nenhuma ação voltada para a comunidade ou ação de voluntariado, e também não promove nenhuma ação para seus colaboradores. Segundo ele, seus funcionários não se preocupam com o meio ambiente. No entanto, considera que eles se sentiriam mais motivados se a empresa desenvolvesse ações socioambientais mais efetivas, e isso melhoraria o desempenho dentro da empresa. Ele observa que a empresa dispõe de todos os equipamentos de segurança para os funcionários trabalharem, mas que encontra resistência de alguns para sua utilização.

Sobre se seus consumidores se importam com a questão do meio ambiente, o gestor não percebe esse aspecto e relata que nenhum, por exemplo, questionou a origem da madeira utilizada nos seus produtos. Ele observa que o que consumidor considera importante a qualidade, a pontualidade e preço. Relata que alguns projetos de clientes são elaborados com

foco na questão ambiental e de saúde, mas por questão de economia, optam por materiais não recomendados para o padrão dos empreendimentos.

Perguntado sobre o que o gestor entende por "Responsabilidade Socioambiental", ele entende que corresponde a cada um fazer sua parte para o meio ambiente e a sociedade. De acordo com o gestor, ele não compreende o significado de "sustentabilidade", e que sabe apenas o "básico" em termos de meio ambiente e responsabilidade social, e diz que nunca participou de nenhum evento ou curso sobre esses temas.

O gestor não considera difícil investir no meio ambiente ou desenvolver ações de gestão ambiental, mas que é necessário que todos façam sua parte. Ele entende que o que leva as empresas a investir na preservação do meio ambiente é a existência de incentivos por parte do governo e que empresas pequenas como a sua têm uma maior dificuldade de trabalhar essa questão, devido à sua pequena estrutura e também por não possuir nenhum incentivo.

Quanto a problemas ambientais, o gestor cometa que tem uma preocupação em relação à sua matéria-prima. Ele entende que um dia a madeira irá faltar, pois já percebe uma certa escassez do material e aumento de preço, e que algumas fábricas já estão utilizando outros tipos de materiais para sua produção. Relata ainda que a questão da seca afetou a economia como um todo, reduzindo as vendas da sua empresa em aproximadamente 20%. Segundo ele, esse problema provocou também um aumento do desemprego da população.

Sobre os aspectos positivos decorrentes de ações socioambientais, o gestor entende que empresas com essas práticas vendem mais, pois passam uma imagem melhor para o consumidor, aumentando os lucros da empresa. Ele entende que o próprio reaproveitamento de matéria-prima traz benefícios, pois outros materiais (no caso de sua atividade) passam a ser fabricados a partir disso. O gestor não considera nenhum aspecto negativo para as empresas ao desenvolverem práticas socioambientais.

w) EMPRESA "W"

A Empresa "W" é uma indústria de fabricação de produtos de Alumínio, Vidro e PVC, como portões, janelas, "box", forros de "PVC". Está no mercado há seis anos, e surgiu a partir da identificação de uma carência do mercado por esses tipos de produtos. Possui uma grande demanda por seus produtos, atingindo os estados do Rio Grande do Norte, Ceará e Paraíba. A empresa conta atualmente com um quadro de quatro (04) funcionários diretos, dos quais três (03) homens e uma mulher, que cuida da parte de secretaria, e aproximadamente dez (10)

funcionários indiretos, atuando na parte de distribuição e montagem. Destaca também que um dos funcionários é portador de necessidade especial, sendo surdo.

Quanto às ações voltadas para o meio ambiente, a empresa realiza seleciona toda parte de vidro e faz sua doação para instituições de ensino. O gestor relata que a empresa seleciona as sobras de materiais da produção, alumínio e "PVC", e que essa sobras a empresa tenta doar; quando não consegue, o material é destinado ao lixo comum. O gestor conta que tentou implementar a coleta seletiva na sua empresa, mas como a Prefeitura não promove essa ação na cidade, não deu continuidade à prática, e justifica: "a gente separa aqui, mas quando vai colocar dentro do carro, do coletor lá vai todo misturado" (GESTOR W). A empresa também realiza a plantação de árvores nas residências em que montam seus produtos e que já realizou a ação em várias casas, como estímulo à preservação do meio ambiente. A empresa trabalha com foco na redução de consumo de energia elétrica nas suas atividades diárias. Segundo ele, já teve interesse em instalar "energia solar", mas, devido ao preço, desistiu. Quanto ao consumo de água, a empresa não utiliza em seu processo produtivo.

Perguntado sobre quais as dificuldades que o gestor percebe nas empresas atualmente, ele cita a questão da "crise" econômica e a falta de capital de giro. Sobre se esses problemas influem nas ações das empresas em relação ao meio ambiente, o gestor observa que, no seu caso, existe uma preocupação ambiental, motivada por sua percepção pessoal devido à sua formação acadêmica. Ele também entende que a preocupação ambiental atinge em massa as empresas e que os empresários que não atentam para essa questão são devido à falta de conhecimento sobre sua importância.

Em relação às ações voltadas para a comunidade, o gestor relata que a empresa possui uma "cota" de patrocínios para eventos e projetos, em datas como "Dia das Crianças" e "Dia do Idoso" na comunidade. Para ele, sua ação é fruto tanto de uma percepção pessoal como também como empresa, e que busca sempre fazer a diferença no mercado.

A empresa não possui nenhuma ação voltada para seus funcionários, e atribui isso à falta de condições financeiras. O desejo do empresário, relata, é fornecer planos de saúde para todos seus colaboradores, e que isso os deixaria mais motivados, produzindo mais a partir daí. Ele relata que seus colaboradores sempre participam de cursos de aperfeiçoamento promovidos pelo SEBRAE, mas que considera que apenas uma parte deles se preocupa com o meio ambiente.

Sobre se sua empresa já participou de algum evento junto à comunidade ou alguma ação de voluntariado, o gestor relata que há uma parceria junto com os "Escoteiros", em que a empresa ajudava tanto financeiramente como na parte de divulgação.

O entrevistado não considera difícil desenvolver ações de gestão ambiental e que isso depende do interesse de cada empresário, mas entende que as grandes empresas que têm conhecimento sobre meio ambiente realizam ações mais focadas para essa área. Quando perguntado sobre o que o gestor considera que leva as empresas a investir na preservação do meio ambiente, ele diz que é a questão de conscientização das empresas e empresários. Relata também que sua empresa não se empenha mais nesse sentido, por não possuir nenhum incentivo do governo para isso.

O gestor percebe que apenas uma pequena parte dos seus consumidores (que estima em 10%) se preocupa com o meio ambiente. Segundo ele, os consumidores atualmente estão preocupados com o preço e qualidade, e que não considera que eles se dispõem a pagar mais por produtos de empresas preocupadas com o meio ambiente.

Sobre o que o gestor entende por "Responsabilidade Socioambiental", ele observa que corresponderia à compensação de uma dívida ao meio ambiente, na busca por sua melhoria. Por "Sustentabilidade", o gestor formula: "seria exatamente a questão de você, através dos recursos que tem, procurar reciclar, procurar desperdiçar menos e tornar sustentável, na verdade" (GESTOR W). O gestor se considera uma pessoa pouco informada sobre esses temas e que ainda tem muito a aprender. Segundo conta, já participou de várias palestras e cursos voltados para essa temática, em função de sua formação acadêmica na área de agropecuária.

O entrevistado apresenta preocupação com o uso do alumínio (matéria-prima usada na empresa), que é extraído do meio ambiente e cuja extração provoca impactos ambientais. Sobre problemas sociais que podem atingir a empresa, ele observa que a questão econômica, que tem efeitos sociais e que acabam atingindo a empresa também.

Perguntado se considera algum impacto positivo em ações socioambientais, o gestor observa que uma melhoria no meio ambiente provoca também consequências positivas para a qualidade de vida das pessoas, ao mesmo tempo que apresentam uma boa imagem para o mercado. No entanto, ele não percebe que empresas com essas práticas sejam mais competitivas, principalmente empresas locais. Sobre se essas empresas vendem mais por isso, ele observa que no interior, em cidades como Pau dos Ferros-RN, por exemplo, os consumidores têm suas preferências motivadas pelo fator "preço". Sobre se o gestor percebe

algum impacto ou consequências negativas nas empresas a partir de suas práticas socioambientais, ele responde: "Não. Pelo contrário. Só tem a acrescentar melhoria pra questão local" (GESTOR W).

O gestor observa que sua empresa nunca teve nenhum problema relacionado ao meio ambiente. Para ele, o único problema que ele percebe que tem uma ligação com o meio ambiente, a partir de suas atividades, é a questão do barulho provocado durante o processo de fabricação. Ele explica, ainda, que todos os seus colaboradores na parte de produção trabalham com o uso de EPI (Equipamento de Proteção Individual).

x) EMPRESA "X"

A Empresa "X" é uma indústria do ramo da panificação, com vinte e quatro (24) anos de atuação no mercado e conta atualmente com cinco (05) funcionários, além do gestor.

O gestor frisa que uma das maiores preocupações atualmente corresponde à questão da falta de água na cidade, que acaba impactando nos custos de produção da empresa, diminuindo, portanto, sua rentabilidade, além de afetar a vida de toda população local e da região. Ele conta que sua produção é feita a partir da utilização de forno a lenha, em que utilizam madeiras regulamentadas pelo IBAMA. Segundo o gestor, seus resíduos inorgânicos são destinados ao lixo comum, e a parte orgânica, como sobras de alimentos e massas, ele faz uma doação para uma pessoa que utiliza como alimento para animais, e as sobras de pães são doadas para criatórios de peixe na cidade.

A empresa trabalha com foco na redução do consumo de água, que eles adquirem da cidade de Apodi-RN, cuja motivação é financeira. O gestor considera ainda que a crise hídrica servirá para educar as pessoas quanto à necessidade de economia de água. Quanto à questão da energia elétrica, ele relata que orienta seus colaboradores para redução do consumo, com a seguinte orientação: "olha, do jeito que vocês fazem na casa de vocês, façam na minha empresa" (GESTOR X), relata.

Perguntado que ações voltadas para a comunidade sua empresa desenvolve, o gestor explica que realiza doações para a APAE, a "Liga do Câncer" e também doações semanais para outras instituições, como igrejas. Ele observa que possui uma motivação pessoal para essas ações, por perceber que essas entidades são carentes e que precisam de ajuda, e relata que proporciona com frequência passeios com as crianças da APAE no seu veículo.

Compreende-se que embora as ações sociais desenvolvidas pela empresa não tenham, a princípio, um propósito estratégico, toda ação, quando vista pelo mercado, traz um efeito para a organização. “Está cada vez mais evidente que toda iniciativa de negócio tem um impacto sobre o lucro e sobre o mundo” (ALIGLERI *et. al.*, 2009, p. 09). Neste caso, apesar de não ser de natureza estratégica, e podendo ser considerada até despreziosa e meramente pessoal do gestor, essas ações acabam se relacionando à reputação da empresa e avançando de forma rápida como uma nova maneira de se relacionar com a comunidade ao seu redor.

Sobre ações desenvolvidas para os funcionários, o gestor observa que nos períodos de fim de ano a empresa realiza uma doação financeira para os colaboradores comprarem algo de seu interesse. Ele conta ainda que nas suas viagens sempre faz questão de comprar algo para seus funcionários. “Eu acho interessante, porque o funcionário se sente orgulhoso, porque o patrão se lembra de você” (GESTOR X), explica. O gestor relata ainda que têm uma grande preocupação quanto aos seus colaboradores, conforme observa: “até nas minhas orações eu peço a Deus: 'Jesus, dá saúde para meus funcionários, para a família deles, para a gente caminhar no dia-a-dia'” (GESTOR X). Ele conta que seus colaboradores já receberam convites de outras empresas para trabalhar, mas que sempre recusam, por considerar que eles se sentem valorizados dentro da sua empresa. O gestor relata que seus colaboradores nunca participaram de nenhum curso sobre meio ambiente. Porém, ele considera que seus funcionários têm uma grande preocupação com a questão ambiental, e percebe isso pelas ações do dia-a-dia na empresa.

Para o gestor, é difícil desenvolver ações de gestão ambiental, pois depende de conscientização do empresário e recursos financeiros para essas ações, que considera fator inibidor. Ele cita como exemplo filtros de instalação em chaminés, que geralmente custam caro, o que dificulta sua instalação.

O gestor considera que apenas em torno de 10% dos seus consumidores se importam com a questão do meio ambiente. Mas, de modo geral, o mercado já está atento às empresas com práticas socioambientais, e que passam uma melhor imagem.

De acordo com o gestor, sua empresa não possui nenhum incentivo do governo para praticar ações socioambientais. Ele entende que a iniciativa de incentivar as empresas através da redução das taxas de juros para projetos ambientais, por exemplo, melhoraria muito o meio ambiente.

O gestor não se considera uma pessoa bem informada sobre assuntos de meio ambiente e responsabilidade social, e relata que nunca participou de nenhum evento ou curso

sobre esses temas. Compreende que “responsabilidade socioambiental” está ligada à responsabilidade interna da empresa e “sustentabilidade” como algo relacionado à credibilidade dos clientes em relação à organização.

Perguntado o que ele considera que leva as empresas a investirem no meio ambiente, ele entende que é uma questão de sua percepção sobre o futuro. Para ele, empresas de grande porte investem na questão ambiental por considerarem que isso favorece suas vendas. Ele entende também que a propaganda ambiental que elas promovem resulta em benefícios e retorno imediatos para essas empresas.

Sobre benefícios para as empresas a partir de práticas socioambientais, o gestor observa que essas práticas resultam no aumento das vendas dessas organizações, pois os consumidores passam a vê-la de uma maneira diferente no mercado, sendo, portanto, um diferencial para a decisão de compra dos clientes. O gestor não percebe nenhum impacto negativo e ações socioambientais, conforme relata: "A que eu vi, até agora, não vi negatividade não, só positivo" (GESTOR X).

Perguntado se sua empresa já teve algum problema relacionado ao meio ambiente, o gestor relata que já foram multados pelo IBAMA no ano de 2012, pelo uso de lenhas não autorizadas pela legislação ambiental, como "jurema" e "angico". Ele explica que hoje só é permitido o uso de lenha denominada "algaroba" para a queima na produção, e que atua em conformidade com as normas ambientais.

Todas as análises estão sintetizadas no “APÊNDICE A” deste trabalho, que traz o elenco das empresas pesquisadas e os principais achados em relação a cada uma delas, de acordo com os objetivos da pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve o objetivo principal de analisar a percepção de gestores de micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN acerca de práticas socioambientais. Como método para se alcançar esse objetivo, foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa e de caráter descritivo, através de uma pesquisa de campo, onde foram utilizadas entrevistas com gestores de vinte e quatro (24) micro e pequenas indústrias da cidade. A análise se deu a partir de uma abordagem interpretativa no intuito de atingir os seguintes objetivos específicos: a) Verificar se micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN fazem uso de gestão socioambiental; caso sim, identificar suas práticas; b) Apontar as motivações, entraves e oportunidades para a implantação de práticas socioambientais; c) Identificar o conhecimento dos gestores acerca de práticas socioambientais; e; d) Descrever consequências negativas e positivas percebidas por alguns gestores a partir das práticas socioambientais de micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN. Com a pesquisa pôde-se constatar alguns pontos, que serão considerados a seguir.

Todos os gestores entrevistados tem a noção sobre a importância do meio ambiente. A maioria deles desenvolve algumas práticas ambientais nas suas empresas, principalmente voltados à questão de economia de energia e água, e alguns realizam reaproveitamento de materiais. Ações como essas, conforme a pesquisa, têm motivações diferentes, indo desde a motivação econômica (via redução de custos), até o entendimento de que essas práticas contribuem para uma melhoria do meio ambiente e da qualidade de vida. Merece destaque o fato de todos entenderem a questão da crise hídrica como um problema ambiental, e o quanto isso atinge suas empresas e a sociedade como um todo. Muitos, inclusive, relacionam a questão da água como um fator que afeta a economia, trazendo, portanto, problemas sociais. O desemprego e a crise econômica também são apontados com grandes problemas que têm refletido nas ações de suas empresas.

As ações voltadas para a comunidade são escassas e as existentes podem ser consideradas como de filantropia, não estando relacionadas diretamente à estratégia socioambiental da empresa. Quanto às ações para os funcionários, a maioria limita-se a confraternizações periódicas realizadas anualmente. Poucas, inclusive, oferecem cursos ou treinamentos para esses colaboradores, e quando têm, são oferecidos em parceria com instituições como o SEBRAE. No entanto, algumas empresas demonstram uma importância dos seus colaboradores e o papel de motivação destes para o sucesso do negócio. A maioria

dos gestores, contudo, percebe que seus funcionários não demonstram preocupação com a questão ambiental.

Grande parte dos gestores entrevistados considera que não é difícil investir no meio ambiente ou desenvolver ações socioambientais. No entanto, explicam que essas ações dependem de incentivos, principalmente do Governo, para que sejam implementadas. Alguns deles observam que ações socioambientais dependem somente de ações simples, outros entendem que requer investimentos.

De acordo com a pesquisa, a maior parte dos gestores observa que os consumidores locais ainda não despertaram para a questão socioambiental. Entretanto, entendem que os consumidores em outras regiões, principalmente em grandes centros já demonstram esse interesse.

Um ponto comum entre todos os gestores é que nenhuma de suas empresas possui incentivos do governo para realizar ou melhorar ações socioambientais. No entanto, todos demonstram interesse em um dia receber esse benefício, caso seja oferecido. Reclamam ainda, da falta de participação do Poder Público no incentivo a ações simples, como a coleta seletiva de materiais, que a maior parte dos gestores consideram importante e demonstram interesse em realizar, mas veem a ausência de contrapartida governamental na implementação e continuidade dessas ações.

A maioria dos gestores apresenta conhecimentos superficiais, quando o assunto é meio ambiente e responsabilidade social, onde poucos conseguem definir expressões como “sustentabilidade” e “responsabilidade socioambiental”, de acordo com os conceitos teoricamente consolidados. Os gestores consideram que as empresas investem no meio ambiente por razões diversas, desde motivação intrínseca do próprio gestor até pela busca da melhoria de imagem e aumento de competitividade empresarial.

Uma pequena parte dos gestores já participou de cursos ou eventos ligados ao meio ambiente e todos gostariam de estar melhor informados a respeito de questões socioambientais.

Os gestores, em sua maioria, entendem que ações socioambientais resultam em impactos positivos para as empresas, como redução de custos, melhoria de imagem diante do mercado, aumento da competitividade e aumento nas vendas. Quanto a pontos negativos a partir dessas práticas, é quase consenso sua não consideração.

Em quase todas as empresas os gestores consideraram que estas possuem uma importância para a cidade e para a comunidade, principalmente em virtude dos empregos

gerados em suas organizações. Isso merece destaque, pois a atividade industrial, embora se tratando de micro e pequenas empresas, são responsáveis por uma grande geração de empregos, muitas, inclusive, chegando a empregar mais de vinte (20) funcionários, chegando ao quadro de quarenta (40) colaboradores em uma das pesquisadas. Outro ponto interessante é que muitas dessas micro e pequenas indústrias já estão no mercado há muitos anos, tendo empresa com mais de quase meio século de atividade.

Analisar a percepção dos gestores sobre as questões socioambientais nas atividades do dia-a-dia de suas empresas, foi importante sob vários aspectos, principalmente porque o sistema de gestão socioambiental é entendido hoje como instrumento de melhoria contínua para as Micro e Pequenas Empresas (MPE's), sejam elas do setor comercial, serviços ou indústrias. Buscar analisar a percepção dos gestores quanto aos aspectos socioambientais nas Micro e Pequenas Indústrias de Pau dos Ferros-RN foi fundamental para entender o quanto essas empresas estão ligadas à questão da sustentabilidade empresarial.

No campo científico, a pesquisa mostrou-se de grande relevância quanto ao sentido inovador como esta pôde ser trabalhada, pois ainda são escassos estudos relacionados aos aspectos socioambientais nas micro e pequenas indústrias.

No aspecto prático, espera-se que os gestores tenham despertado um pouco mais sobre a importância do papel de suas organizações no contexto socioambiental e o quanto isso pode ser valioso, não só para o sucesso das suas empresas como também para a melhoria da qualidade de vida da população. Que esses gestores possam se empenhar ainda mais em desenvolver ações socioambientais e que essas ações façam parte do dia-a-dia de suas empresas e se consolidem como práticas. Deseja-se também que a sociedade faça sua parte, pois as ações socioambientais não são de responsabilidade somente das empresas; o papel da comunidade é fundamental para que haja um engajamento das organizações e dos demais agentes nesse processo. Por fim, cabe ressaltar o quanto é importante que o Poder Público fomente as ações socioambientais, principalmente nas micro e pequenas organizações, que muitas vezes necessitam apenas de um incentivo para poderem praticar ações dessa natureza. No final, estima-se que todos sairão ganhando com a união desses esforços, não só as empresas, mas a comunidade e principalmente o meio ambiente.

REFERÊNCIAS

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14001: sistema de gestão ambiental**: especificação e diretrizes para o uso. Rio de Janeiro: ABNT, 2004.

_____. **NBR ISO 26000: diretrizes sobre responsabilidade social**. Rio de Janeiro: ABNT, 2010.

ALIGLERI, LÍLIAN; ALIGLERI, Luiz Antonio; KRUGLIANSKAS, Isak. **Gestão socioambiental**: responsabilidade e sustentabilidade do negócio. São Paulo: Atlas, 2009.

ALMEIDA, José Elesbão de. **Caracterização socioeconômica do Alto Oeste Potiguar**. In: . Zoneamento ecológico-econômico do Alto Oeste Potiguar: microrregiões de Pau dos Ferros, São Miguel e Umarizal. Org.: José Elesbão de Almeida, Agassiel de Medeiros Alves. Mossoró-RN: Queima-Bucha, 2014.

ALMEIDA, José Elesbão de; ALVES, Agassiel de Medeiros. **Zoneamento ecológico-econômico do Alto Oeste Potiguar: microrregiões de Pau dos Ferros, São Miguel e Umarizal**. Org.: José Elesbão de Almeida, Agassiel de Medeiros Alves. Mossoró-RN: Queima-Bucha, 2014.

ALVES, Agassiel de Medeiros. In: **Zoneamento ecológico-econômico do Alto Oeste Potiguar: microrregiões de Pau dos Ferros, São Miguel e Umarizal**. Org.: José Elesbão de Almeida, Agassiel de Medeiros Alves. Mossoró-RN: Queima-Bucha, 2014.

ANDRADE, Claudia Castro de. **A fenomenologia da percepção a partir da autopoiesis de Humberto Maturana e Francisco Varela**. Griot – Revista de Filosofia v.6, n.2, dezembro/2012 ISSN 2178-1036

ANDRADE, M.E.A. **A informação e o campo das micro e pequenas indústrias da moda em Minas Gerais**: a entrada no campo da indústria da moda. Perspectivas em Ciência da Informação, v.7, n.1, p.39-48, 2002.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BARBIERI, Jose Carlos. **Desenvolvimento e meio ambiente**: as estratégias de mudanças da Agenda 21: 11. ed. ampliada e revisada. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BARBIERI, Jose Carlos. **Gestão ambiental empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. 3. ed. Atual e ampliada. São Paulo: Saraiva, 2011.

BARROS, Frederico R.; MODENESI, R. L. **Pequenas e médias indústrias**: análise dos problemas, incentivos e suas contribuições ao desenvolvimento. Rio de Janeiro: IPEA/INPES, 1993.

BARROS, Ricardo Luiz Peixoto de. **Gestão ambiental empresarial**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

BOAVENTURA, Edivaldo Machado. **Metodologia da pesquisa**: monografia, dissertação, tese. São Paulo: Atlas, 2009.

BRAGA, Célia (Org.). **Contabilidade Ambiental**: ferramenta para a gestão da sustentabilidade. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 12.305**, de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm> Acesso em 24 mar. 2015.

_____. **LEI COMPLEMENTAR Nº 123, de 14 de dezembro de 2006: Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte e dá outras providências**. Brasília: Diário Oficial da União, 15 de Dezembro de 2006. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2006/leicp123> Acesso em: 27 fev. 2015.

_____. **LEI Nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002: Institui o Código Civil**. Brasília: Diário Oficial da União, 11 de Janeiro de 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406. Acesso em: 27 fev. 2015.

CABRAL, Luiz. **Economia Industrial**. Portugal: Editora McGraw-Hill, 1994.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**: para o uso de estudantes universitários. 2. ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1978.

CMMAD, Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso Futuro Comum**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI. **Indústria sustentável no Brasil**: agenda 21- cenários e perspectivas. Brasília, 2002.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL – CRC/RS. **Demonstração da Responsabilidade Social**. Rio Grande do Sul-RS, 2009.

CORRÊA, Jacinto (Org.); MAGGESSI, Andrea; CANTANHEDE, Benedito, *et. al.* **Marketing: a teoria em prática**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2009.

DANTAS, Joseney Rodrigues de Queiroz. **As cidades médias no desenvolvimento regional**: um estudo sobre Pau dos Ferros (RN). Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Natal-RN, 2014.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS ECONÔMICOS – DIEESE. **Desindustrialização**: conceito e situação do Brasil. São Paulo: Dieese, 2011.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE REGISTRO DO COMÉRCIO - DNRC. **Instrução Normativa Nº 103, de 30 de abril de 2007**. Brasília, 2007.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental na empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

ETHOS. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. v. VI. São Paulo: Petrópolis – Instituto Ethos, 2005.

ETHOS. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. v. VIII. São Paulo: Petrópolis – Instituto Ethos, 2012.

FARIAS, Josivânia Silva; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **A pequena e micro empresa e o meio ambiente: a percepção dos empresários com relação aos impactos ambientais**. *Organ. Soc.* [online]. 2002, vol. 9, n. 23, pp. 1-20. ISSN 1984-9230.

FERRONATO, Airto João. **Gestão contábil-financeira de micro e pequenas empresas: sobrevivência e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2011.

FIRJAN. **Gestão Ambiental para Micro e Pequenas Empresas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Sistema FIRJAN, 2014.

FLORIANO, Eduardo Pagel. **Políticas de gestão ambiental**. 3. ed. Santa Maria: UFSM-DCF, 2007.

GONÇALVES, A; KOPROWSKI, S. O. **Pequena empresa no Brasil**. São Paulo: EDUSP, 1995.

GIESTA, Lílían Caporlúngua. **Educação ambiental e sistema de gestão ambiental em empresas**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Administração, Programa de Pós-Graduação em Administração. Porto Alegre-RS, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GUARNIERI, Patrícia. **Logística reversa: em busca do equilíbrio econômico e ambiental**. 1. ed. Recife-PE: Editora Clube de Autores, 2011.

FLORIANO, Eduardo Pagel. **Políticas de gestão ambiental**, 3ed. Santa Maria: UFSM-DCF, 2007.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA. **A iniciativa privada e o espírito público: a evolução da ação social nas empresas privadas no Brasil**. Brasília, 2006.

KON, Anita. **Economia Industrial**. São Paulo: Nobel, 1999.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA – IPEA. **Sustentabilidade ambiental no Brasil: biodiversidade, economia e bem-estar humano**. Brasília: Ipea, 2010.

JABBOUR, Ana Beatriz Lopes de Sousa; JABBOUR, Charbel José Chiappetta. **Gestão ambiental nas organizações: fundamentos e tendências**. São Paulo: Atlas, 2013.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanco Social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LEMES JÚNIOR, Antonio Barbosa; PISA, Beatriz Jackiu. **Administrando micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LEVY, Danielle. **Incorporando os conceitos de marketing social e responsabilidade social na atuação empresarial: um estudo de caso**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005. Disponível em: <<http://www.valoronline.com.br>>. Acesso em: 05 out. 2015.

LONGENECKER, Justin G., MOORE, Carlos W., PETTY, J. William. **Administração de pequenas empresas**. Trad. Maria Lúcia G.L. Rosa e Sidney Stancatti; Revisão técnica Roberto Luís Margatho Glingani. São Paulo: Makron Books, 1997.

MAMEDE, Gladston. **Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial**. volume 1 - 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção** (C. Moura, Trad.). São Paulo: Martins Fontes, 1994.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATURANA, Humberto. **Cognição, ciência e vida cotidiana**. Organização e tradução Cristina Magro, Victor Paredes. Belo Horizonte: Ed. UFMG (Humanitas), 2001.

MELO NETO, Francisco Paulo; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 2005.

MORIN, Edgar. **Os problemas do fim de século**. Lisboa: Editorial Notícias, 1993.

NASCIMENTO, Luis Felipe; LEMOS, Ângela Denise da Cunha; MELLO, Maria Celina Abreu de. **Gestão Socioambiental Estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

NÓBREGA, Terezinha Petrucia da. **Corpo, percepção e conhecimento em Merleau-Ponty**. Estud. psicol. (Natal), Ago 2008, vol.13, nº. 2, p.141-148. ISSN 1413-294X

NOVAES, W. **Mercado para quem não polui**. São Paulo: Visão, 1991.

OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva. **Métodos da pesquisa contábil**. São Paulo: Atlas, 2011.

OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva. (Coordenação). **Métodos e técnicas de pesquisa em contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2003.

RAMOS, André Luiz Santa Cruz. **Direito empresarial esquematizado**. 4. ed. rev., atual. e ampl. – Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2014.

RESNIK, Paul. **A Bíblia da empresa de pequeno porte**: como iniciar com segurança sua empresa de pequeno porte e ser muito bem sucedido. São Paulo: McGraw-Hill, 1990.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica**: guia para eficiência nos estudos. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Gramond, 2009.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Gramond, 2008.

SANTOS, T. A.; NAVES, F. L.; XISTO, E. M. S.; CARDOSO, H. R.; SANTOS, M. E. **O valor das pequenas coisas: a difícil aprendizagem na prática da gestão ambiental por acadêmicos do curso de Administração**. Encontro Anual da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração. 24. Anais eletrônicos... Florianópolis: ANPAD, 2000.

SAVITZ, Andrew. **A empresa sustentável**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SEBRAE. **Onde estão as Micro e Pequenas Empresas no Brasil**. Marco Aurélio Bedê, (coordenador). 1. ed. São Paulo: SEBRAE, 2006.

SEBRAE; DIEESE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (Org.); Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – DIEESE [responsável pela elaboração da pesquisa, dos textos, tabelas, gráficos e mapas]. 5. ed. Brasília, DF: DIEESE, 2012.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE (SP). **Causa Mortis: o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros cinco anos de vida**. São Paulo, Sebrae-SP, 2014.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE (SP). **Critérios de classificação de empresas**. Santa Catarina, 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>> Acesso em 24 mar. 2015.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Inovação e sustentabilidade, bases para o futuro dos pequenos negócios**. Sebrae (org.) – São Paulo, 2013.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. Brasília: Sebrae, 2011.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade**: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SIMÕES, Claudia P.; FERREIRA, Geraldo de S.; AFONSO, Rita de C. M.; BARTHOLO, Roberto. (organizadores). **Responsabilidade social e cidadania**: conceitos e ferramentas. Brasília: CNI-SESI, 2008.

SOARES, Daniel Carvalho; PIMENTA, Handson Claudio Dias. Auditoria de Sistema de Gestão Ambiental: aplicação em uma indústria alimentícia em Natal/RN. **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, jan./abr., 2011. Disponível em: <http://www.revistargsa.org/rgsa/article/view/66-84/pdf_9>. Acesso em: 25 out. 2013.

SOUSA, Luís Gonzaga de. **Economia Industrial**. Edição Digital, 2005. Disponível em: <www.eumed.net/libros/2005/lgs-ei/> Acesso em 24 mar. 2015.

TINOCO, João Eduardo Prudência; KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira: **Contabilidade e gestão ambiental**, 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

VEIGA, José Eli da. **Do global ao local**. Campinas-SP: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2005.

VEIGA, José Eli da; ZATZ, Lia. **Desenvolvimento Sustentável, que bicho é esse?** Campinas-SP: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2008.

VELLANI, Cassio Luiz. **Contabilidade e Responsabilidade Social**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

APÊNDICE A

SÍNTESE DOS PRINCIPAIS ACHADOS POR OBJETIVOS

EMPRESA/ SEGMENTO	PRÁTICAS	MOTIVAÇÕES/ ENTRAVES/ OPORTUNIDADES	CONCEPÇÕES DO GESTOR	CONSEQUÊNCIAS
EMPRESA “A” - Alimentos/ Panificação	Uso de sacolas de papel (em desuso); Uso de fornos elétricos; Separação de resíduos; Economia de água e energia; Ações junto à comunidade, doações.	Falta de estrutura; Falta de sensibilização ambiental da população; Altos custos de energia; Motivações econômicas e pessoais; Poucos clientes se preocupam com meio ambiente.	Concepção bem definida sobre Responsabilidade Socioambiental; Percepção não formulada sobre Sustentabilidade; Entende a importância do meio ambiente.	Maior competitividade, retorno positivo de imagem e aumento das vendas; Boa relação custo/benefício.
EMPRESA “B” - Comunicação Visual e Gráfica	Economia de água e energia; Doações de materiais para a comunidade; Participação em Institutos de Apoio a Portadores de Câncer.	Motivação econômica; Ausência de Incentivo dos governos; Consumidores não se preocupam com meio ambiente;	Não estruturou formalmente a resposta sobre Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental;	Redução de custos; Aumento de competitividade e das vendas; Melhoria da imagem da empresa;
EMPRESA “C” - Comunicação Visual, Gráfica e Têxtil	Separação de resíduos; Doação de materiais para artesanatos; Parcerias com instituições;	Motivações pessoais e consciência empresarial; Ausência de incentivo dos governos; Considera difícil a continuidade de ações ambientais;	Entende o meio ambiente como importante e possível de ser trabalhado; Conhecimento articulado sobre questões socioambientais.	Melhoram a imagem da empresa; Aumento de competitividade e das vendas; Preferência dos consumidores;
EMPRESA “D” - Comunicação Visual e Gráfica	Economia de água e energia; Já tentou realizar coleta seletiva, mas não obteve êxito;	Falta de mão de obra qualificada; Dificuldade de capital; Falta de apoio do Poder Público; Falta de cultura ambiental; Considera produtos ambientais ainda caros;	Percepção bem formulada sobre temas socioambientais;	Percebe que práticas socioambientais não trazem benefícios para as empresas;
EMPRESA “E” - Alimentos	Economia de água e energia; Logística reversa; Apoio à Instituições de Apoio a Portadores de Câncer Biblioteca para os colaboradores;	Falta de iniciativa das empresas; Dificuldades inerentes ao porte da empresa;	Estruturou formalmente a resposta sobre Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental;	Reconhecimento perante outras empresas; Facilidade de mercados; Preferência dos consumidores.
EMPRESA “F” – Vidraçaria, marmoraria e metalurgia.	Separação de resíduos; Economia de água e energia;	Falta de capital de giro; Falta de informações sobre ações ambientais;	Não estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais;	Aumento das vendas; Ações ambientais geram gastos;
EMPRESA “G” - Produtos de limpeza em geral	Preocupação com os efluentes líquidos; Produzem embalagens a partir da reciclagem; Separação de materiais; Doação de produtos para instituições;	Problemas financeiros e falta de capital; Falta de incentivo do governo; Ações ambientais caras;	Não estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais; Percebe o mercado já preocupado com questões socioambientais;	Retorno positivo nas vendas;
EMPRESA “H” - Construção civil.	Preocupação com o solo; Preocupação com separação de resíduos e sua destinação; Economia de água;	Excesso de burocracia nos órgãos; Falta de parceria com órgãos ambientais;	Percepção bem formulada sobre temas socioambientais;	Melhora a imagem diante dos consumidores; Aumento de competitividade e das vendas;
EMPRESA “I” - Gráfica e comunicação visual	Economia de energia; Separação de materiais e sua doação; Ações em parceria com a Prefeitura;	Motivação pessoal; Economia de custo;	Percepção bem formulada sobre temas socioambientais;	Aumento de competitividade e das vendas; Importante fator estratégico; Fideliza clientes.

EMPRESA “J” - Fabricação de móveis de madeira	Separação de resíduos de madeira e sua doação; Economia de energia; Ações junto à comunidade;	Alto custo de matéria-prima; Consumidores não se preocupam com meio ambiente;	Percepção parcialmente formulada sobre temas socioambientais;	Funciona como propaganda das empresa; Ações ambientais dependem de gastos.
EMPRESA “K” - Construção civil.	Evitam desperdício de materiais; Economia de água;	Dificuldade de investir no meio ambiente por alto custo; Consumidores pouco se importam com meio ambiente;	Conhecimento articulado sobre questões socioambientais;	Redução de custos; Aumento de competitividade e das vendas;
EMPRESA “L” - Construção civil.	Preocupação ambiental nas construções; Separação de resíduos e recolhimento de entulhos; Doação de árvores;	Altos impostos e falta de incentivo do Governo; Pouca participação da sociedade;	Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais;	Aumenta a motivação pessoal; Melhora a imagem empresarial; Aumento de competitividade;
EMPRESA “M” - Alimentos/ Panificação.	Uso de sacolas de papel e de pano (em desuso); Separação de materiais; Economia de água e energia; Ações junto a instituições benéficas;	Motivação pessoal; Noção de responsabilidade; Venda de materiais podem ser vendidos; Falta de incentivos;	Conhecimento articulado sobre questões socioambientais;	A sociedade vê a empresa de modo diferente; Impacto financeiro positivo;
EMPRESA “N” - Construção civil.	Recolhimento de resíduos e destinação adequada; Economia de água; Utilização de materiais e produtos ecológicos;	Consciência ambiental do gestor; Falta de recursos financeiros; Falta de mão de obra qualificada, altos custos e muitos impostos; Considera caro investir em meio ambiente; Poucos consumidores com consciência ambiental;	Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais;	Impacto financeiro negativo a curto prazo, pelos custos; Consequências positiva no longo prazo, pelo aumento de vendas e competitividade;
EMPRESA “O” - Alimentos/ Panificação.	Economia de água e energia; Sobras de alimentos usadas na criação de animais; Doação de alimentos para instituições religiosas;	Necessidade de incentivos; Clientes sem consciência ambiental;	Não estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais;	Não percebe nenhum efeito positivo ou negativo.
EMPRESA “P” - Fabricação de móveis de madeira	Sobras de materiais de madeira são doadas; Economia de energia;	Entende que os consumidores já se preocupam com meio ambiente; Ausência de incentivos do governo;	Não estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais;	Retorno financeiro, através do aumento de vendas e competitividade;
EMPRESA “Q” – Gráfica e comunicação visual	Economia de água e energia; Separação de metais e tecidos são vendidos; Ação voluntária em parceria com instituições;	Consumidores não se importam com meio ambiente; Ausência de políticas públicas de incentivo às ações socioambientais; Entende que incentivos fiscais motivam ações socioambientais;	Conhecimento articulado sobre questões socioambientais; Ações socioambientais apenas demonstram uma preocupação diferente por parte das empresas;	Escassez de água motiva o uso consciente do recurso; Empresas passam a ser mais bem vistas pela sociedade; Enxerga como um custo a mais para as empresas;
EMPRESA “R” - Fabricação de equipamentos de musculação e ginástica	Sobras de materiais são doadas ou utilizadas para reciclagem; Fabricação de objetos a partir do material remanescente; Economia de energia;	Falta de conhecimento por parte das organizações; Alto custo de ações socioambientais; Clientes com preocupação ambiental;	Entende que as ações dependem da área de atuação da empresa; Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais;	Melhoria da percepção dos clientes sobre a empresa; Aumento de confiança e fidelidade; Aumento de vendas e retorno financeiro; Ações ambientais, como reciclagem, geram um efeito positivo para a empresa e para a sociedade;
EMPRESA “S” - Alimentos, produtos de carnes e seus derivados.	Economia de água e energia; Tratamento e reuso da água;	Falta de mão de obra qualificada; Considera complexo investir em meio ambiente em função dos gastos; Consumidores já se importam com a questão	Conhecimento articulado sobre questões socioambientais; Entende que empresas investem no meio ambiente por cobrança	Não percebe impacto positivo nas vendas, em função da cultura local; Reuso da água traz impactos positivos, pela redução de custos;

		ambiental; Aumento de consciência ambiental empresarial;	dos órgãos;	
EMPRESA “T” - Fabricação de gelo.	Preocupação com consumo de água, principal matéria-prima da produção; Separação de materiais para posterior reciclagem; Economia de energia; Desenvolve ações de doações;	Excesso de burocracia e dificuldade de crédito bancário; Motivação pela consciência ambiental empresarial; Não considera difícil desenvolver ações socioambientais;	Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais; Associa meio ambiente com a qualidade de vida;	Conscientização das pessoas; Impacto financeiro positivo com aumento das vendas e economia de custos;
EMPRESA “U” - Alimentos, fabricação de pizzas e outros produtos.	Separação dos resíduos; Horta orgânica na empresa; Economia de água e energia; Ações de voluntariado; Ação social junto à instituição filantrópica;	Motivação pessoal e empresarial; Ausência de incentivos; Economia dos custos;	Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais;	Retorno financeiro pela venda de latinhas separadas; Contribuem para uma sociedade justa, consciente e equilibrada; Gera valor e credibilidade para a empresa; Impacto financeiro positivo;
EMPRESA “V” - Fabricação de móveis de madeira e inox.	Separação de restos de materiais e pó de madeira que é destinado à reciclagem; Economia de energia;	Ausência de incentivos; Empresa de porte pequeno; Não considera difícil desenvolver ações ambientais;	Percepção parcialmente formulada sobre temas socioambientais;	Benefício ambiental, com aproveitamento dos materiais; Aumento de vendas e da imagem da empresa;
EMPRESA “W” - Fabricação de materiais de vidro, alumínio e PVC.	Seleção e separação dos materiais; Doação de materiais; Economia de energia; Ações de voluntariado;	Percepção pessoal da importância do meio ambiente; Percebe falta de conhecimento por parte dos empresários;	Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais;	Melhora a qualidade de vida; Melhora a imagem da empresa;
EMPRESA “X” - Alimentos/ Panificação.	Economia de água e energia; Separação de matérias e posterior doação; Ações de voluntariado junto à instituições beneficentes;	Motivação pessoal para ações sociais; Considera difícil desenvolver ações ambientais; Ausência de consciência no meio empresarial;	Não estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais;	Diferencial para decisão de comprados consumidores; Aumenta as vendas;

APÊNDICE B

MODELO DO TCLE – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

(O modelo teve sua fonte reduzida para fins de disponibilização neste documento)



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI ÁRIDO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Esclarecimentos

Este é um convite para você participar da pesquisa “Gestão Socioambiental em Micro e Pequenas Indústrias de Pau dos Ferros-RN”, desenvolvido pelo mestrando **Francisco Cleiton da Silva Paiva**, orientado pela **Profa. Dra. Lilian Caporlândia Giesta**, e que segue as recomendações da resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde e suas complementares.

Sua participação é voluntária, o que significa que você poderá desistir a qualquer momento, retirando seu consentimento, sem que isso lhe traga nenhum prejuízo ou penalidade.

Essa pesquisa procura analisar a percepção de gestores de micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN acerca de práticas socioambientais. Caso decida aceitar o convite, você será solicitado(a) a responder uma entrevista. A participação como respondente em uma entrevista poderá ocasionar riscos de constrangimentos, porém os entrevistados poderão optar a não participar da pesquisa ou a desistir a qualquer momento. Além disso, o pesquisador se dispõe a dirimir quaisquer eventuais dúvidas acerca da pesquisa, de modo que o entrevistado se sinta à vontade para responder as questões levantadas, podendo o pesquisador ser questionado sempre que o entrevistado achar necessário.

A importância da pesquisa será a de, avaliando a percepção dos empresários das micro e pequenas empresas industriais, revelar, assim, se estes fazem uso de gestão socioambiental nos seus empreendimentos, onde serão apontadas as motivações, entraves e oportunidades para a implantação de práticas socioambientais, buscando descrever as consequências negativas e positivas percebidas por alguns desses gestores. Para o entrevistados, a pesquisa será de fundamental importância do ponto de vista da gestão, pois mostrará que também imprescindível para a imagem empresarial das MPEs e para a comunidade na qual está inserida, pois oferecer produtos e serviços ambientalmente corretos ou tornou-se uma não só uma obrigação, como também questão de sobrevivência das empresas atualmente. Do ponto de vista científico, será importante pois será trabalhado um tema novo, pois ainda são escassas pesquisas relacionadas aos aspectos socioambientais nas micro e pequenas indústrias, principalmente direcionado ao interior do estado do Rio Grande do Norte.

Os dados gerados a partir das entrevistas poderão explicar o atual panorama da temática da gestão socioambiental em micro e pequenas indústrias da cidade de Pau dos Ferros-RN de modo a analisar a percepção dos seus gestores quanto às suas práticas. A pesquisa poderá fornecer também sugestões e ideias que possam contribuir no desenvolvimento de trabalhos futuros.

Os dados obtidos no momento da aplicação das entrevistas serão arquivados em local adequado e seguro durante pelo menos cinco (05) anos no arquivo da Universidade Federal Rural do Semi-Árido - UFERSA, em um HD externo, sob a responsabilidade da Profa. Dra. Lilian Caporlândia Giesta, pesquisadora responsável. E na divulgação dos resultados não haverá identificação dos voluntários. A publicação será realizada em revistas científicas, anais e congressos sempre preservando a identidade dos envolvidos.

Todas as informações obtidas serão sigilosas e seu nome não será divulgado em nenhum momento. Você não terá nenhum tipo de gasto devido à sua participação na pesquisa. Em qualquer momento, se você sofrer algum dano comprovadamente decorrente desta pesquisa, você poderá procurar obter indenização dos responsáveis pela pesquisa e ressarcimento por danos eventuais através dos seus direitos legais.

Você ficará com uma via original deste Termo e toda dúvida que tiver a respeito desta pesquisa, poderá perguntar a mim, Francisco Cleiton da Silva Paiva, pelo telefone (84) 99632-6860, e-mail cleiton_paiva@hotmail.com, ou com a Profa. Dra. Lilian Caporlândia Giesta, pelo email lcgiesta@ufersa.edu.br.

Dúvidas a respeito da ética dessa pesquisa poderão ser questionadas ao Comitê de Ética em Pesquisa da UERN no endereço: Campus Universitário Central - Centro de Convivência - BR 110, KM 48 Rua: Prof. Antonio Campos, S/N, Costa e Silva. Tel: (84) 3318-2596 e-mail: cep@uern.br CEP 59.610-090.

Consentimento Livre e Esclarecido

Estou de acordo com a participação no estudo descrito acima. Fui devidamente esclarecido quanto aos objetivos da pesquisa, aos procedimentos aos quais serei submetido e dos possíveis riscos que possam advir de tal participação. Foram-me garantidos esclarecimentos os quais eu venha a solicitar durante o curso da pesquisa e o direito de desistir da participação em qualquer momento, sem que minha desistência implique em qualquer prejuízo a minha pessoa ou de minha família. Autorizo assim a publicação dos dados da pesquisa a qual me garante o anonimato e o sigilo dos dados referentes à minha identificação.

Autorizo, assim a publicação dos dados da pesquisa. () SIM () NÃO

Local: Pau dos Ferros-RN

Data de aplicação: ____/____/____

Participante da pesquisa:

Nome: _____

Assinatura

Pesquisador responsável:

Francisco Cleiton da Silva Paiva

Assinatura



Impressão

Datiloscópica

APÊNDICE C

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

CONTEXTO DA EMPRESA

- 1) Fale um pouco sobre a sua empresa (o que produz; há quanto tempo está no mercado; ...).
- 2) Qual o número de funcionários de sua empresa?
- 3) Dentre os funcionários, quantas são mulheres?
- 4) Há ou já houve funcionários portadores de deficiência trabalhando na empresa?
- 5) Sobre a cidade de Pau dos Ferros, o Sr(a) percebe alguma mudança na economia local nos últimos anos? (IFRN e UFRSA)

I - Verificar se micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN fazem uso de gestão socioambiental; caso sim, identificar suas práticas;

- 6) Qual importância do meio ambiente para sua empresa?
- 7) Que ações voltadas para o meio ambiente sua empresa desenvolve? Qual a motivação para essas ações?
- 8) Que ações voltadas para a comunidade sua empresa desenvolve? Qual a motivação para essas ações?
- 9) Que ações voltadas para os funcionários sua empresa desenvolve? Qual a motivação para essas ações?
- 10) O Sr(a) considera que seus funcionários/colaboradores se preocupam com o meio ambiente?
- 11) Eles (funcionários/colaboradores) já participaram de algum evento ou curso relacionado ao meio ambiente? Essa atividade de treinamento foi promovida pela empresa?
- 12) Sua empresa proporciona (ou já proporcionou) alguma atividade de lazer para seus funcionários/colaboradores? Qual (is)? Com que periodicidade?
- 13) Sua empresa já participou de algum evento junto à comunidade ou alguma ação de voluntariado? Qual(is)?
- 14) Qual impacto que o Sr(a) percebe na motivação dos funcionários por causa das ações desenvolvidas em meio ambiente/comunidade/funcionários? (considera que os funcionários/colaboradores se sentiriam/se sentem mais motivados por trabalharem em uma empresa que se preocupa com o meio ambiente/comunidade/funcionários?)

II - Apontar as motivações, entraves e oportunidades para a implantação de práticas socioambientais;

- 15) Na sua opinião, é difícil investir no meio ambiente ou desenvolver ações de gestão ambiental?
- 16) O Sr (a) acha que os consumidores dos seus produtos se importam com a questão relacionada ao meio ambiente? Por quê?
- 17) O que na sua opinião é relevante para a decisão de compra do consumidor da sua empresa?
- 18) O Sr(a) considera que os consumidores dos seus produtos se dispõem a pagar mais por produtos de empresas preocupadas com o meio ambiente?
- 19) Como o Sr(a) vê a relação das práticas socioambientais com o mercado? (melhoram a imagem da empresa no mercado? O mercado se importa mesmo é com o produto em si e com o preço?)
- 20) Sua empresa possui incentivos do governo para praticar/melhorar as ações socioambientais?

21) Caso afirmativo, qual o tipo de incentivo? Se não tivesse esses incentivos, a sua empresa faria igual?

22) Se o governo (municipal, estadual ou federal) oferecesse incentivos fiscais para a adoção de práticas de responsabilidade socioambiental na sua empresa, o Sr(a) adotaria essas práticas ou não teria interesse? (SUBORDINADA à questão 20 – em caso de NEGATIVA)

III - Identificar o conhecimento dos gestores acerca de práticas socioambientais.

23) O que o Sra(a) entende por responsabilidade socioambiental?

24) O que o Sra(a) entende por sustentabilidade?

25) O Sr(a) se considera uma pessoa bem informada quando o assunto é meio ambiente e responsabilidade social?

26) O Sr(a) já participou de alguma palestra ou curso sobre meio ambiente ou sobre sustentabilidade? Caso sim, o que considerou mais interessante desse aprendizado?

27) Na sua opinião, o que leva as empresas a investir na preservação do meio ambiente?

28) O que o Sra(a) acha sobre a qualidade de vida das pessoas da cidade de Pau dos Ferros-RN e região?

29) Para o Sr(a), essa qualidade de vida tem alguma ligação com o meio ambiente?

30) O Sr(a) tem conhecimento de problemas ambientais que possam afetar sua empresa de alguma maneira?

31) O Sr(a) tem conhecimento de problemas sociais que possam afetar sua empresa de alguma maneira?

32) O Sr(a) tem conhecimento de problemas ambientais gerados pela empresa?

33) O Sr(a) tem conhecimento de problemas sociais gerados pela empresa?

34) O Sr(a) gostaria de estar melhor informado a respeito das questões sociais e ambientais?

IV - Descrever consequências negativas e positivas percebidas por gestores a partir das práticas socioambientais de micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN;

35) Que impactos positivos o Sr(a) percebe na realização de práticas socioambientais?

36) Que impactos negativos Sr(a) percebe na realização de práticas socioambientais?

(Relacionar: CUSTOS, BENEFÍCIOS FINANCEIROS, COMPETITIVIDADE, IMAGEM, RETORNO POSITIVO DE IMAGEM, REFLEXO POSITIVO SOBRE AS VENDAS DA EMPRESA)

37) Sua empresa já teve algum problema relacionado ao meio ambiente? Já recebeu alguma penalidade (como multa, por exemplo) em função de problemas ambientais?

38) Na sua opinião, sua empresa possui alguma responsabilidade em relação à comunidade ou importância para a cidade?

39) O Sr(a) já procurou saber qual a opinião que as pessoas da comunidade têm a respeito da sua empresa?

40) O Sr(a) sabe se a opinião dos funcionários/colaboradores em relação a empresa está relacionada às ações socioambientais? Qual é essa opinião?

QUESTÕES COMPLEMENTARES

41) Qual o seu grau de escolaridade?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

42) O Sr(a) gostaria de fazer algumas considerações finais a respeito da entrevista e dos temas abordados?