



Gestão socioambiental em micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN

Socio-environmental management in micro and small industries of Pau dos Ferros-RN

ISSN 0104-530X (Print)
ISSN 1806-9649 (Online)

Francisco Cleiton da Silva Paiva¹
Lílian Caporlíngua Giesta^{1,2}

Como citar: Paiva, F. C. S., & Giesta, L. C. (2019). Gestão socioambiental em micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN. *Gestão & Produção*, 26(2), e2984. <https://doi.org/10.1590/0104-530X2984-19>

Resumo: O presente estudo tem por objetivo 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, identificando suas práticas e apontando motivações, entraves e oportunidades para sua implantação; também pretende-se 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, Micro e Pequenas Empresas, aspectos específicos relacionados à atividade industrial e a gestão socioambiental ligada a esse segmento. Corresponde a uma pesquisa qualitativa e descritiva, com pesquisa de campo e cujo instrumento de coleta se deu por meio de entrevistas com os gestores das micro e pequenas indústrias da cidade, seguidas de uma análise interpretativa, com base nos dados obtidos. A pesquisa mostrou que todos os entrevistados têm a noção sobre a importância do meio ambiente, sendo que a maioria desenvolve algumas práticas ambientais, principalmente voltadas à economia de energia e água, alguns realizando reaproveitamento de materiais. As ações voltadas para as questões 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 geram impactos positivos para as empresas, como redução de custos, melhoria de imagem, aumento da competitividade e rentabilidade, quase não percebendo aspectos negativos. 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, fundamentais para o desenvolvimento da cidade e região.

Palavras-chave: Responsabilidade socioambiental; Percepção; Sustentabilidade empresarial; Práticas socioambientais.

Abstract: *This study aims to analyze the perception managers of micro and small industries in the city of Pau dos Ferros, RN about environmental practices. To this end, it was sought to verify whether these companies use the environmental management, identifying its practices and pointing motivations, barriers, and opportunities for its implementation; also it was intended to describe the positive and negative consequences perceived by some managers from the existing social and environmental practices, and identify their knowledge on the subject. The paper presents a theoretical approach to Sustainability and Sustainable Development, Environmental Management and Social Responsibility, Micro and Small Enterprises, specific aspects related to industrial activity and environmental management related to that segment. It is qualitative and descriptive research with field research and the collection instrument was through interviews with managers of micro and small industries in the city, followed by an interpretive analysis based on the data obtained. Research has shown that all respondents have awareness about the importance of the environment, and most of them develop some environmental practices, mainly focused on the energy and water savings, and some performing reuse of materials. Social-oriented stocks are scarce and are not directly related to the environmental strategy of the company. Most of the companies did not consider difficult to invest or develop*

¹ Universidade Federal Rural do Semi-Árido – UFERSA, Rua Capitão Pedro Vicente, s/n, BR 226, Km 405, Bairro São Geraldo, CEP 59900-000, Pau dos Ferros, RN, Brasil, e-mail: cleiton_paiva@hotmail.com

² Centro de Ciências Sociais Aplicadas e Humanas – CCSAH, Universidade Federal Rural do Semi-Árido – UFERSA, Av. Francisco Mota, 572, Sala 23, CEP 59625-900, Mossoró, RN, Brasil, e-mail: ligiesta@gmail.com

Recebido em Mar. 5, 2017 - Aceito em Jul. 19, 2018

Supporte financeiro: Nenhum.

environmental initiatives, although they realized that this requires incentives from the governments, which does not occur with any of the companies interviewed. Most of the managers understand that environmental actions generate positive impacts for companies, such as cost reduction, image enhancement, increased competitiveness and profitability, hardly realizing negatives aspects. 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, vital to the development of the city and region.

Keywords: *Social and environmental responsibility; Perception; Corporate sustainability; Socio-environmental practices.*

1 Introdução

As ações do homem para com o meio ambiente têm provocado sérias mudanças no planeta e ocasionado 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 et al., 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 mundial, as empresas têm buscado a inserção da variável ambiental dentre as preocupações, inclusive no Brasil. 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 empresas, e essa política se estende a todas as empresas, independentemente do porte e do setor. 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 ser competitiva, ao mesmo tempo que protegem o meio ambiente e adotam ações socialmente responsáveis. Neste sentido, Nascimento et al. (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 (2017), representam 99% das empresas formais do país, respondendo por 27% 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 mais de 92% do total das empresas existentes, segundo SEBRAE (2016), sendo que, deste total, grande parte está no interior do estado. A maioria das MPEs se encontra no setor do comércio (48%) e serviços (33%). Apenas 18% correspondem ao setor industrial (considerando incluído neste o setor de construção civil, que corresponde a 5%), além do setor agropecuário, com pouco mais de 1%. Quanto à distribuição dessas empresas pelo estado, destacam-se a região da Grande Natal (52,8%), Mossoró (12%), Assu (5,5%), Caicó (6,5%), e o restante nos demais municípios.

A alta representatividade dessa categoria empresarial mostra sua importância para o crescimento e desenvolvimento socioeconômico dos municípios, distribuídas em todo o estado, pois, em toda cidade, por menor que seja, existem micro ou pequenas empresas atuando. Nesse sentido, este trabalho é direcionado a estudar as Micro e Pequenas Empresas do setor industrial, cuja pesquisa é delimitada à cidade de Pau dos Ferros-RN, situada 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 de capital e o consequente desenvolvimento serem concentrados nas capitais e grandes cidades, algumas cidades do interior do estado do RN, como Pau dos Ferros, tem se destacado no cenário econômico, devido ao aumento de oferta de serviços públicos na área de Educação Superior, construção civil e também por seu grande comércio varejista, tornando-se uma cidade polo, favorecida por sua localização geográfica, com uma área de influência abrangendo quarenta e cinco (45) municípios (Dantas, 2014).

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 a 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 semiáridade da região, apresentando baixos níveis de pluviosidade e temperaturas elevadas.

Hoje, não entender as práticas socioambientais como uma vantagem competitiva e fundamental para a sobrevivência das empresas pode levá-las a não se adequarem a uma nova postura mundialmente preconizada, que relaciona a produção e consumo sustentável dos produtos 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, independentemente 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 MPEs, a variável socioambiental é levada em consideração no modo de agir no âmbito dessas pequenas organizações? Como seus gestores compreendem a variável socioambiental relacionada às suas atividades? Neste cenário, o papel desses gestores é fundamental, pois são por eles que as decisões são tomadas e deles 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” (Nóbrega, 2008).

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, por meio de uma pesquisa de campo, em que serão utilizadas entrevistas semiestruturadas, 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; 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.

Tentar entender a percepção das pessoas sobre as questões socioambientais é importante sob vários aspectos, entre os quais está a ligação da ciência à vida, ou seja, ao dia a dia dessas pessoas e das organizações. 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. No tocante à pesquisa, é necessário que o sistema de gestão socioambiental seja entendido como instrumento de melhoria contínua para as Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Buscar analisar a percepção dos gestores quanto aos aspectos socioambientais nas Micro e Pequenas Indústrias de Pau dos Ferros-RN é fundamental para entender o quanto essas empresas estão ligadas à questão da sustentabilidade empresarial. Além de ser de grande relevância do ponto de vista da gestão, a adoção de práticas socioambientais é também imprescindível para a imagem empresarial das MPEs e para a comunidade na qual estão inseridas, pois oferecer produtos e serviços ambientalmente corretos tornou-se não só uma obrigação, como também questão de sobrevivência das empresas nos dias de hoje.

2 Referencial teórico

Este Referencial Teórico será estruturado no intuito de oferecer um entendimento sobre os aspectos da gestão socioambiental nos dias de hoje. Esta etapa será dividida em quatro partes, para melhor compreensão das teorias abordadas e que subsidiarão a pesquisa, conforme segue.

2.1 Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável

Segundo Boff (2012, p. 9), “[...] 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 (2012).

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) 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)”.

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. A sustentabilidade surge como condição fundamental para a manutenção da própria vida na Terra e tem como ideia básica assegurar “[...] que nossas ações de hoje não limitarão a gama de opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para as gerações futuras” (Elkington, 2012, p. 52).

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 que garante o desenvolvimento no presente, conforme ensina 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.

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 às 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.

Em 1984, foi criada a 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 Brundtland”. Nesse relatório, aparece pela primeira vez a expressão

“Desenvolvimento Sustentável”, no qual é 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, 1991, p. 9).

Dias (2011) ressalta, entretanto, que, apesar de o conceito de Desenvolvimento Sustentável ser amplamente utilizado, não existe uma visão exata do seu significado. Ele enfatiza que, para alguns, desenvolvimento sustentável corresponde a obter o crescimento econômico por meio do uso racional dos recursos naturais e de tecnologias mais eficientes e menos poluentes; ao passo que, para outros, trata-se, antes de qualquer coisa, de um projeto social e político destinado a erradicar a pobreza, elevar a qualidade de vida da sociedade e satisfazer as necessidades básicas da humanidade.

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, seja para um país ou para o planeta como um todo, por exemplo, assim como de maneira micro, como numa residência, numa escola ou em empresas, independentemente do porte (Dias, 2011). Sachs (2009, p. 35) denomina esses três pilares do Desenvolvimento Sustentável como ‘Vitória Tripla’, ao atender simultaneamente aos critérios de “[...] relevância social, prudência ecológica e viabilidade econômica”.

2.2 Gestão 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. 1) 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.

Donaire (2013) 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.

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).

Já o modelo da gestão ambiental baseada na Ecoeficiência é entendido a partir da perspectiva de que a redução de material e energia utilizada na elaboração de um 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).

Essas duas práticas de gestão ambiental são aplicáveis em qualquer empresa, independentemente 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).

Seja qual for a organização, independentemente 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

Para Levy (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.

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 que trabalha para preservá-los, seja por meio da preservação, reposição ou através da redução dos impactos causados.

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 que contribuem para sua sobrevivência, visto que a existência das empresas se torna inviável diante de um meio ambiente e de uma sociedade degradada.

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 (2000, p. 7), “[...] 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.

Foi com a evidenciação dos problemas ambientais, a partir de meados do século passado, que as empresas têm sido cobradas para que suas responsabilidades sejam 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. 2) afirma que Responsabilidade Socioambiental pode ser conceituada como “[...] aquela que gera lucro para o acionista, ao mesmo tempo que protege o meio ambiente e melhora a qualidade de vida das pessoas com que mantém relações”.

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.

O papel das organizações através de suas práticas de responsabilidade socioambiental, independentemente do porte ou setor de atuação, 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 sociedade.

2.4 Micro e pequenas indústrias

Este capítulo traz uma abordagem para o entendimento acerca das Micro e Pequenas Indústrias, dividido entre três partes: na primeira, são tratados os

aspectos conceituais e legais das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) no Brasil; na segunda parte, abordam-se as Micro e Pequenas Empresas e os aspectos socioambientais ligados à sustentabilidade empresarial; e, em seguida, abordam-se as Micro e Pequenas Indústrias mostrando os conceitos básicos da atividade industrial e sua inserção no contexto socioambiental brasileiro.

2.4.1 Micro e pequenas empresas

Não existe um critério único para definir as empresas, sendo os mais utilizados aquelas definições usadas 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, e a maioria delas são 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 se pode citar o critério da Receita Federal do Brasil (RFB), que classifica conforme a Receita Bruta anualmente auferida, e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que adota como critério o número de funcionários. A Lei Complementar 123/06 (Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte) 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 1.7.2007) (Brasil, 2006). Conforme seu Art. 3º, 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); 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\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais).

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. Microempresa é aquela que possui, no caso de Indústria, até 19 empregados, e Comércio e Serviços, até nove (9). Já a “Pequena Empresa”, sendo Indústria, deve possuir de 20 a 99 empregados, e, em se tratando de “Comércio e Serviços”, de 10 a 49.

2.4.2 Micro e pequenas empresas no contexto socioambiental

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 assim seu interesse, acabam por tornarem-se, gradativamente, consumidores éticos.

Para Farias & Teixeira (2002), um dos grandes desafios atuais é mostrar para as 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 dessas empresas para investimentos nessa área, além de falta de tempo disponível pelos gestores dessas organizações para preocupações dessa natureza, visto que quase sempre são eles os únicos responsáveis pelo gerenciamento de todas as atividades do negócio.

Diferentemente do que se imagina, as práticas sustentáveis, nas quais se inclui a gestão ambiental, na maioria das vezes, não requerem 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).

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 um certo grau de maturidade por parte dessas organizações.

2.4.3 Micro e pequenas indústrias e aspectos socioambientais da atividade industrial no Brasil

De acordo com Corrêa et al. (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. 1), as micro e pequenas indústrias fazem parte de um setor fundamental para a economia brasileira, destacando-se por sua

[...] marcante presença no cenário sociopolítico-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.

As indústrias apresentam, no contexto socioeconômico 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. 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 em todo o planeta, 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 para 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.

Atualmente, verifica-se um perfil bem diferente por parte das indústrias do Brasil, comparado ao do 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, em que 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.

3 Metodologia

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).

3.1 A pesquisa

As técnicas de pesquisa são relacionadas com a coleta de dados e correspondem à parte prática da pesquisa. No conceito de Andrade (2007, p. 125):

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.

Nessa perspectiva, essa pesquisa está categorizada, quanto à sua natureza, como pesquisa qualitativa; quanto aos objetivos da pesquisa, definida como descritiva; e, quanto ao objeto, considerada uma pesquisa de campo. Quanto à técnica de coleta de dados, foram realizadas entrevistas e também observação direta informal nas empresas objeto da pesquisa, e, como instrumento de coleta de dados, foram utilizados roteiros de entrevistas semiestruturados.

3.1.1 Classificação quanto à natureza dos dados: qualitativa

A abordagem metodológica utilizada para a obtenção dos dados da pesquisa será a qualitativa. A pesquisa qualitativa é utilizada para estudar aspectos da realidade ou descrever fatos e fenômenos, sem a utilização de métodos estatísticos. De acordo com Oliveira (2011, p. 80), “[...] a pesquisa qualitativa corresponde ao agrupamento e à análise de informação, de forma não numérica, com textos e imagens, com o uso de métodos formais de pesquisa”. Escolheu-se essa abordagem 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.

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 utilizará da pesquisa descritiva para consecução do que se propõe.

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, o que condiz com a proposta deste estudo, já que se trata da análise da percepção de indivíduos (gestores) sobre práticas de natureza socioambiental dentro de suas organizações, no caso, Micro e Pequenas Empresas.

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 será caracterizada quanto ao seu objeto de estudo como Pesquisa de Campo.

De acordo com Marconi & 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.

Quanto aos objetivos alcançados nesse tipo de pesquisa, Oliveira (2011) diz que a pesquisa de campo busca gerar dados e conhecimentos sobre um problema, a fim de uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar, ou mesmo descobrir novos fenômenos ou relações estabelecidas entre eventos de interesse. Silva (2010), por sua vez, enfatiza que a pesquisa de campo não deve ser confundida com a coleta de dados, pois todas as pesquisas precisam coletar dados. Entretanto, na pesquisa de campo, os dados são coletados *in loco*, com objetivos preestabelecidos, especificando o que é coletado, o que pode ser obtido por meio de entrevistas, aplicações de questionários, testes ou observação participante, conforme entendimento do referido autor. No caso desta pesquisa, a pesquisa de campo é verificada a partir da utilização de entrevistas com os vinte e quatro (24) gestores de micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN.

3.2 Instrumento de coleta de dados

Quanto aos instrumentos de coleta de dados, esta pesquisa fará uso de um roteiro semiestruturado a ser aplicado através da técnica da entrevista, que é considerada uma das “[...] ferramentas essenciais para a fidelidade, qualidade e completude da pesquisa” (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 fôrmla 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).

Neste trabalho, foi utilizada uma entrevista do tipo parcialmente estruturada ou semiestruturada (quando é guiada por pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo da entrevista), 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.

3.3 Local do estudo e sujeitos da pesquisa

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 30.183 habitantes (IBGE, 2018). 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 compõem 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, pois, embora pequena, é considerada importante para o porte do município (Almeida, 2014).

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.

4 Análise dos resultados

É possível que, concomitantemente ou mesmo 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. Com a pesquisa, pôde-se constatar alguns pontos que serão considerados a seguir.

Todos os gestores entrevistados têm uma noção sobre a importância do meio ambiente. A maioria deles desenvolve algumas práticas ambientais nas suas empresas, principalmente voltadas 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 como 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 o fazem, são oferecidos em parceria com instituições como o SEBRAE. No entanto, algumas empresas reconhecem a 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, já que se percebe que a sociedade em geral mostra uma grande preocupação com os impactos causados pelas empresas no meio ambiente.

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 considera 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, e 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 mais bem 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, é responsável 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, algumas com 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 (MPEs), 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 os 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.

5 Síntese dos principais achados por objetivos específicos

Com o objetivo geral de analisar a percepção de gestores de micro e pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN acerca de práticas socioambientais, a pesquisa foi pautada nos 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; d) Descrever consequências negativas e positivas percebidas por alguns gestores a partir das práticas socioambientais de micro e

Quadro 1. Síntese dos principais achados por objetivos específicos.

EMPRESA/ SEGMENTO	PRÁTICAS	MOTIVAÇÕES/ ENTRAVES/ OPORTUNIDADES	CONCEPÇÕES DO GESTOR	CONSEQUÊNCIAS
EMPRESA “A” - Alimentos/ Panificação	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de sacolas de papel (em desuso); • Uso de fornos elétricos; • Separação de resíduos; • Economia de água e energia; • Ações junto à comunidade, doações. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de estrutura; • Falta de sensibilização ambiental da população; • Altos custos de energia; • Motivações econômicas e pessoais; • Poucos clientes se preocupam com meio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conceção bem definida sobre Responsabilidade Socioambiental; • Percepção não formulada sobre Sustentabilidade; • Entende a importância do meio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maior competitividade, retorno positivo de imagem e aumento das vendas; • Boa relação custo/benefício.
EMPRESA “B” - Comunicação Visual e Gráfica	<ul style="list-style-type: none"> • Economia de água e energia; • Doações de materiais para a comunidade; • Participação em Institutos de Apoio a Portadores de Câncer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivação econômica; • Ausência de Incentivo dos governos; • Consumidores não se preocupam com meio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não estruturou formalmente a resposta sobre Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redução de custos; • Aumento de competitividade e das vendas; • Melhoria da imagem da empresa.
EMPRESA “C” - Comunicação Visual, Gráfica e Têxtil	<ul style="list-style-type: none"> • Separação de resíduos; • Doação de materiais para artesanatos; • Parcerias com instituições. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivações pessoais e consciência empresarial; • Ausência de incentivo dos governos; • Considera difícil a continuidade de ações ambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entende o meio ambiente como importante e possível de ser trabalhado; • Conhecimento articulado sobre questões socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Melhoram a imagem da empresa; • Aumento de competitividade e das vendas; • Preferência dos consumidores.
EMPRESA “D” - Comunicação Visual e Gráfica	<ul style="list-style-type: none"> • Economia de água e energia; • Já tentou realizar coleta seletiva, mas não obteve êxito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de mão de obra qualificada; • Dificuldade de capital; • Falta de apoio do Poder Público; • Falta de cultura ambiental; • Considera produtos ambientais ainda caros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Percepção bem formulada sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Percebe que práticas socioambientais não trazem benefícios para as empresas.

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

Quadro 1. Continuação...

EMPRESA/ SEGMENTO	PRÁTICAS	MOTIVAÇÕES/ ENTRAVES/ OPORTUNIDADES	CONCEPÇÕES DO GESTOR	CONSEQUÊNCIAS
EMPRESA “E” - Alimentos	<ul style="list-style-type: none"> Economia de água e energia; Logística reversa; Apoio a Instituições de Apoio a Portadores de Câncer; Biblioteca para os colaboradores. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de iniciativa das empresas; Dificuldades inerentes ao porte da empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Estruturou formalmente a resposta sobre Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> Reconhecimento perante outras empresas; Facilidade de mercados; Preferência dos consumidores.
EMPRESA “F” – Vidraçaria, marmoraria e metalurgia.	<ul style="list-style-type: none"> Separação de resíduos; Economia de água e energia. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de capital de giro; Falta de informações sobre ações ambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> Não estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento das vendas; Ações ambientais geram gastos.
EMPRESA “G” - Produtos de limpeza em geral	<ul style="list-style-type: none"> Preocupação com os efluentes líquidos; Produzem embalagens a partir da reciclagem; Separação de materiais; Doação de produtos para instituições. 	<ul style="list-style-type: none"> Problemas financeiros e falta de capital; Falta de incentivo do governo; Ações ambientais caras. 	<ul style="list-style-type: none"> Não estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais; Percebe o mercado já preocupado com questões socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> Retorno positivo nas vendas.
EMPRESA “H” - Construção civil.	<ul style="list-style-type: none"> Preocupação com o solo; Preocupação com separação de resíduos e sua destinação; Economia de água. 	<ul style="list-style-type: none"> Excesso de burocracia nos órgãos; Falta de parceria com órgãos ambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> Percepção bem formulada sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> Melhora a imagem diante dos consumidores; Aumento de competitividade e das vendas.
EMPRESA “I” - Gráfica e comunicação visual	<ul style="list-style-type: none"> Economia de energia; Separação de materiais e sua doação; Ações em parceria com a Prefeitura. 	<ul style="list-style-type: none"> Motivação pessoal; Economia de custo. 	<ul style="list-style-type: none"> Percepção bem formulada sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de competitividade e das vendas; Importante fator estratégico; Fideliza clientes.
EMPRESA “J” - Fabricação de móveis de madeira	<ul style="list-style-type: none"> Separação de resíduos de madeira e sua doação; Economia de energia; Ações junto à comunidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Alto custo de matéria-prima; Consumidores não se preocupam com meio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Percepção parcialmente formulada sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> Funciona como propaganda da empresa; Ações ambientais dependem de gastos.
EMPRESA “K” - Construção civil.	<ul style="list-style-type: none"> Evitam desperdício de materiais; Economia de água; 	<ul style="list-style-type: none"> Dificuldade de investir no meio ambiente por alto custo; Consumidores pouco se importam com meio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Conhecimento articulado sobre questões socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> Redução de custos; Aumento de competitividade e das vendas.

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

Quadro 1. Continuação...

EMPRESA/ SEGMENTO	PRÁTICAS	MOTIVAÇÕES/ ENTRAVES/ OPORTUNIDADES	CONCEPÇÕES DO GESTOR	CONSEQUÊNCIAS
EMPRESA “L” - Construção civil.	<ul style="list-style-type: none"> • Preocupação ambiental nas construções; • Separação de resíduos e recolhimento de entulhos; • Doação de árvores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos impostos e falta de incentivo do Governo; • Pouca participação da sociedade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumenta a motivação pessoal; • Melhora a imagem empresarial; • Aumento de competitividade.
EMPRESA “M” -Alimentos/ Panificação.	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de sacolas de papel e de pano (em desuso); • Separação de materiais; • Economia de água e energia; • Ações junto a instituições beneficentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivação pessoal; • Noção de responsabilidade; • Venda de materiais que podem ser vendidos; • Falta de incentivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento articulado sobre questões socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • A sociedade vê a empresa de modo diferente; • Impacto financeiro positivo.
EMPRESA “N” - Construção civil.	<ul style="list-style-type: none"> • Recolhimento de resíduos e destinação adequada; • Economia de água; • Utilização de materiais e produtos ecológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto financeiro negativo a curto prazo, pelos custos; • Consequências positiva no longo prazo, pelo aumento de vendas e competitividade.
EMPRESA “O” - Alimentos/ Panificação.	<ul style="list-style-type: none"> • Economia de água e energia; • Sobras de alimentos usadas na criação de animais; • Doação de alimentos para instituições religiosas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Necessidade de incentivos; • Clientes sem consciência ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não percebe nenhum efeito positivo ou negativo.
EMPRESA “P” - Fabricação de móveis de madeira	<ul style="list-style-type: none"> • Sobras de materiais de madeira são doadas; • Economia de energia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entende que os consumidores já se preocupam com meio ambiente; • Ausência de incentivos do governo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Retorno financeiro, através do aumento de vendas e competitividade.

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

Quadro 1. Continuação...

EMPRESA/ SEGMENTO	PRÁTICAS	MOTIVAÇÕES/ ENTRAVES/ OPORTUNIDADES	CONCEPÇÕES DO GESTOR	CONSEQUÊNCIAS
EMPRESA “Q” – Gráfica e comunicação visual	<ul style="list-style-type: none"> Economia de água e energia; Separação de metais e tecidos são vendidos; Ação voluntária em parceria com instituições. 	<ul style="list-style-type: none"> Consumidores não se importam com meio ambiente; Ausência de políticas públicas de incentivo às ações socioambientais; Entende que incentivos fiscais motivam ações socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> Conhecimento articulado sobre questões socioambientais; Ações socioambientais apenas demonstram uma preocupação diferente por parte das empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Sobras de materiais são doadas ou utilizadas para reciclagem; Fabricação de objetos a partir do material remanescente; Economia de energia. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de conhecimento por parte das organizações; Alto custo de ações socioambientais; Clientes com preocupação ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> Entende que as ações dependem da área de atuação da empresa; Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> 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.	<ul style="list-style-type: none"> Economia de água e energia; Tratamento e reuso da água. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de mão de obra qualificada; Considera complexo investir em meio ambiente em função dos gastos; Consumidores já se importam com a questão ambiental; Aumento de consciência ambiental empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> Conhecimento articulado sobre questões socioambientais; Entende que empresas investem no meio ambiente por cobrança dos órgãos. 	<ul style="list-style-type: none"> Não percebe impacto positivo nas vendas, em função da cultura local; Reuso da água traz impactos positivos, pela redução de custos.
EMPRESA “T” - Fabricação de gelo.	<ul style="list-style-type: none"> Preocupação com consumo de água, principal matéria-prima da produção; Separação de materiais para posterior reciclagem; Economia de energia; Desenvolve ações de doações. 	<ul style="list-style-type: none"> Excesso de burocracia e dificuldade de crédito bancário; Motivação pela consciência ambiental empresarial; Não considera difícil desenvolver ações socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais; Associa meio ambiente com a qualidade de vida. 	<ul style="list-style-type: none"> Conscientização das pessoas; Impacto financeiro positivo com aumento das vendas e economia de custos.

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

Quadro 1. Continuação...

EMPRESA/ SEGMENTO	PRÁTICAS	MOTIVAÇÕES/ ENTRAVES/ OPORTUNIDADES	CONCEPÇÕES DO GESTOR	CONSEQUÊNCIAS
EMPRESA “U” - Alimentos, fabricação de pizzas e outros produtos.	<ul style="list-style-type: none"> • Separação dos resíduos; • Horta orgânica na empresa; • Economia de água e energia; • Ações de voluntariado; • Ação social junto a instituição filantrópica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivação pessoal e empresarial; • Ausência de incentivos; • Economia dos custos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Separação de restos de materiais e pó de madeira que é destinado à reciclagem; • Economia de energia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausência de incentivos; • Empresa de porte pequeno; • Não considera difícil desenvolver ações ambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Percepção parcialmente formulada sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Benefício ambiental, com aproveitamento dos materiais; • Aumento de vendas e da imagem da empresa.
EMPRESA “W” - Fabricação de materiais de vidro, alumínio e PVC.	<ul style="list-style-type: none"> • Seleção e separação dos materiais; • Doação de materiais; • Economia de energia; • Ações de voluntariado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Percepção pessoal da importância do meio ambiente; • Percebe falta de conhecimento por parte dos empresários. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Melhora a qualidade de vida; • Melhora a imagem da empresa.
EMPRESA “X” - Alimentos/ Panificação.	<ul style="list-style-type: none"> • Economia de água e energia; • Separação de matérias e posterior doação; • Ações de voluntariado junto a instituições beneficentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivação pessoal para ações sociais; • Considera difícil desenvolver ações ambientais; • Ausência de consciência no meio empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não estruturou formalmente a resposta sobre temas socioambientais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferencial para decisão de compra dos consumidores; • Aumenta as vendas.

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

pequenas indústrias de Pau dos Ferros-RN. Para melhor visualização dos resultados obtidos, foi feita uma síntese dos principais achados, de acordo com os objetivos específicos e individualizada a partir de cada empresa analisada, conforme consta no Quadro 1.

6 Considerações finais

Atualmente, as organizações têm buscado adotar uma nova postura diante dos problemas ambientais e sociais que se observam em todo o mundo, inserindo a variável socioambiental dentre preocupações, no intuito de contribuir para uma nova forma de

desenvolvimento, objetivando uma melhora na qualidade de vida da população e, ao mesmo tempo, a sobrevivência das espécies no planeta. A adoção de ideias de sustentabilidade aplicadas às empresas mostra uma nova mentalidade por parte dos empresários, resultando em benefícios para a economia, sociedade e para o meio ambiente.

Independentemente do porte e do setor de atuação, as empresas começam a entender que é possível ser rentável, produzindo produtos de qualidade e sendo competitiva, ao mesmo tempo que protegem o meio ambiente e adotam ações socialmente responsáveis.

No Brasil, as Micro e Pequenas Empresas possuem um papel fundamental para o desenvolvimento socioeconômico do país, gerando emprego e renda, fomentando a economia e contribuindo para a melhora no nível de vida das pessoas. Grande em numerosidade e importância, esse nicho tem buscado se adaptar cada vez mais às mudanças que o mercado e a sociedade vêm exigindo, e que isso passa pela adoção de uma nova postura socioambiental, requisito fundamental para sua sobrevivência.

As indústrias, independentemente do porte, assumem um papel de inegável importância na economia brasileira e são responsáveis por grande parte dos empregos gerados e consideradas o “motor” da economia nacional. Segundo Sachs (2009), a partir da década de 1990, as indústrias brasileiras vêm assumindo uma postura mais voltada para a questão da sustentabilidade e inserindo dentro suas preocupações, medidas de responsabilidade socioambiental nos seus negócios. Nesse momento, a gestão socioambiental ganha tônica na implementação de processos e produtos industriais, adotando um novo estilo de produzir, baseado no respeito pelo meio ambiente e contribuindo para uma sociedade com melhor qualidade de vida.

Essa nova maneira de enxergar seus empreendimentos tornou possível conciliar produtividade e rentabilidade, fazendo com que a indústria nacional se tornasse ainda mais competitiva, beneficiando, assim, não só os próprios negócios, como também toda a sociedade e o meio ambiente.

As micro e pequenas indústrias, por sua vez, aos poucos estão sendo também motivadas a adotarem práticas de responsabilidade socioambiental, visto que os consumidores e a sociedade 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, muito embora a pesquisa aponte que essa mentalidade ainda é incipiente por parte dos consumidores locais.

Conforme Dias (2011, p. 183),

[...] 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 papel desses gestores é fundamental, pois é através deles que as decisões são tomadas, bem como deles dependem as orientações sobre o rumo dos seus negócios.

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, ao mesmo tempo, identificando suas práticas e apontando as motivações, entraves e oportunidades para sua implantação; também foram descritas as

consequências negativas e positivas percebidas por esses gestores a partir das práticas socioambientais existentes, bem como a identificação dos seus conhecimentos a respeito do tema.

Através da pesquisa, constatou-se que todos os entrevistados têm a noção sobre a importância do meio ambiente e que a maioria desenvolve algumas práticas ambientais, principalmente relacionadas à economia de energia e água, alguns realizando reaproveitamento de materiais nas suas empresas. Quanto às sociais voltadas para a comunidade, verificou-se que ainda são escassas, não estando vinculadas diretamente à estratégia socioambiental da empresa.

Outro ponto observado foi que grande parte dos entrevistados não considera difícil investir ou desenvolver ações socioambientais, embora compreenda que isso requer incentivos dos Governos, o que não ocorre com nenhuma das empresas analisadas. Mesmo assim, 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, apesar de serem 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.

Referências

- Aligleri, L., Aligleri, L. A., & Kruglianskas, I. (2009). *Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio*. São Paulo: Atlas.
- Almeida, J. E. (2014). Caracterização socioeconômica do Alto Oeste Potiguar. In J. E. Almeida & A. M. Alves (Eds.), *Zoneamento ecológico-econômico do Alto Oeste Potiguar: microrregiões de Pau dos Ferros, São Miguel e Umarizal*. Mossoró: Queima-Bucha.
- Alves, A. M. (2014). *Zoneamento ecológico-econômico do Alto Oeste Potiguar: microrregiões de Pau dos Ferros, São Miguel e Umarizal*. Mossoró: Queima-Bucha.
- Andrade, M. E. A. (2002). 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*, 7(1), 39-48.
- Andrade, M. M. (2007). *Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação* (8. ed.). São Paulo: Atlas.
- Barbieri, J. C. (2011). *Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos* (3. ed.). São Paulo: Saraiva.
- Boff, L. (2012). *Sustentabilidade: o que é, o que não é*. Petrópolis: Vozes.

- Brasil. (2006, 15 de dezembro). *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, DF: Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Recuperado em 27 de fevereiro de 2015, de <http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2006/leicp123>
- Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – CMMAD. (1991). *Nosso futuro comum*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- Confederação Nacional da Indústria – CNI. (2002). *Indústria sustentável no Brasil: Agenda 21: cenários e perspectivas*. Brasília: CNI.
- Corrêa, J., Maggessi, A., & Cantanhede, B. (2009). *Marketing: a teoria em prática*. Rio de Janeiro: Senac Nacional.
- Dantas, J. R. Q. (2014). *As cidades médias no desenvolvimento regional: um estudo sobre Pau dos Ferros (RN)* (Tese de doutorado). Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Natal.
- Dias, R. (2011). *Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade* (2. ed.). São Paulo: Atlas.
- Donaire, D. (2013). *Gestão ambiental na empresa* (2. ed.). São Paulo: Atlas.
- Elkington, J. (2012). *Sustentabilidade, canibais com garfo e faca*. São Paulo: M. Books do Brasil.
- Farias, J. S., & Teixeira, R. M. (2002). A pequena e micro empresa e o meio ambiente: a percepção dos empresários com relação aos impactos ambientais. *Organizações & Sociedade*, 9(23), 1-20. <http://dx.doi.org/10.1590/S1984-92302002000100005>.
- Ferronato, A. J. (2011). *Gestão contábil-financeira de micro e pequenas empresas: sobrevivência e sustentabilidade*. São Paulo: Atlas.
- Floriano, E. P. (2007). *Políticas de gestão ambiental* (3. ed.). Santa Maria: UFSM-DCF.
- Gil, A. C. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa* (5. ed.). São Paulo: Atlas.
- Gil, A. C. (2012). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6. ed.). São Paulo: Atlas.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Coordenação de População e Indicadores Sociais. (2018). *Perfil dos municípios brasileiros: 2018*. Rio de Janeiro: IBGE.
- Kroetz, C. E. S. (2000). *Balanço social: teoria e prática*. São Paulo: Atlas.
- Levy, D. (2005). *Incorporando os conceitos de marketing social e responsabilidade social na atuação empresarial: um estudo de caso*. Rio de Janeiro: UFRJ. Recuperado em 5 de outubro de 2015, de <http://www.valoronline.com.br>
- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de metodologia científica* (6. ed.). São Paulo: Atlas.
- Maturana, H. (2001). *Cognição, ciência e vida cotidiana*. Belo Horizonte: UFMG.
- Michel, M. H. (2005). *Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais*. São Paulo: Atlas.
- Nascimento, L. F., Lemos, A. D. C., & Mello, M. C. A. (2008). *Gestão socioambiental estratégica*. Porto Alegre: Bookman.
- Nóbrega, T. P. (2008). Corpo, percepção e conhecimento em Merleau-Ponty. *Estudos de Psicologia*, 13(2), 141-148. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2008000200006>.
- Oliveira, A. B. S. (2011). *Métodos da pesquisa contábil*. São Paulo: Atlas.
- Sachs, I. (2009). *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Gramond.
- Savitz, A. (2007). *A empresa sustentável*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – DIEESE. (2012). *Anuário do trabalho na micro e pequena empresa* (5. ed.). Brasília: DIEESE.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. (2014). *Causa Mortis: o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros cinco anos de vida*. São Paulo: SEBRAE-SP.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. (2016). *Observatório das MPes*. Natal: SEBRAE-RN. Recuperado em 24 de março de 2015, de <http://www.rn.sebrae.com.br/o-que-o-sebrae-oferece/observatorio-para-mpes>
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. (2017). *Panorama dos pequenos negócios*. São Paulo: SEBRAE.
- Silva, A. C. R. (2010). *Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses* (3. ed.). São Paulo: Atlas.