

Área Temática: Gestão Socioambiental

AÇÕES SÓCIOAMBIENTAIS EM PEQUENAS FARMÁCIAS DE PARANAÍBA-MS

AUTORES

JAQUELINE APARECIDA OLIVEIRA QUIM

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL/CPAR

jakellynequim@hotmail.com

WESLEY RICARDO DE SOUZA FREITAS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL - CPAR/UFMS

wesley007adm@gmail.com

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi identificar se as pequenas farmácias de Paranaíba realizam práticas sustentáveis. Para tanto, foram tratados no referencial teórico a sustentabilidade como um novo enfoque organizacional e aspectos da sustentabilidade ambiental e social. Por meio de uma abordagem quantitativa, através da pesquisa *survey* aplicada numa amostra representativa de mais 60%, isto é, 23 pequenas farmácias na cidade de Paranaíba/MS, observou-se que as pequenas farmácias estão realizando práticas socioambientais de forma eventual e não sistematizada, especialmente a reciclagem e a colaboração com eventos sociais, mas, necessitam de apoio e incentivo para que possam ser efetivamente sustentáveis. Destaca-se que as especificidades da pequena empresa, como falta de recursos e conhecimento técnico, podem inibir a adoção de uma gestão efetivamente sustentável nas pequenas farmácias de Paranaíba. Com um índice de retorno obtido na amostra, pode-se afirmar que os resultados desta pesquisa podem ser generalizados às farmácias da cidade de Paranaíba.

Palavras-chave: Sustentabilidade ambiental, sustentabilidade social e pequena empresa

Abstract

The objective of this study was to identify whether small pharmacies Paranaíba realize sustainable practices. For both, were treated in the theoretical sustainability as a new organizational approach, aspects of environmental and social sustainability. By means of a quantitative analysis by survey research applied over a representative sample of 60%, this is 23 in pharmacy small city of Paranaíba/MS, it was observed that small pharmacies are doing so eventual practical and socio not systematized especially recycling and collaboration with social events, but need support and encouragement so that they can be effectively sustained. It is noteworthy that the specificities of small business, such as lack of resources and technical knowledge, can inhibit the adoption of sustainable management effectively in small pharmacies Paranaíba.

1 Introdução

O mundo foi alertado sobre os problemas ambientais em 1972 na Conferência de Estocolmo, inclusive com a revelação das maiores empresas poluidoras. O modelo de desenvolvimento econômico predominante na sociedade contemporânea está fortemente relacionado com os problemas ambientais que, por sua vez, geram a perda da qualidade

ambiental, que surge como resultado da aplicação de soluções tecnológicas que não estudam o comportamento das variáveis físicas, químicas, biológicas e humanas dos ecossistemas (OLIVEIRA, 1983). Em outras palavras, até um passado recente a preocupação fundamental das empresas era exclusivamente o lucro.

Jansen, Vieira e Kraisch (2007) destacam que a partir da década de 1970, começa a surgir a percepção e a difusão de que os recursos naturais são esgotáveis, e reconhece-se a crise ambiental, despertando discussões acerca do futuro do planeta, que culminam em conferências de temática ambiental em escala global (Quadro 1).

Ano	Evento	Abordagem
1972	Conferência de Estocolmo	- crescimento econômico em detrimento do meio ambiente - esgotamento dos recursos naturais
1975	Conferência de Belgrado	- princípios e orientações para o Programa Internacional de Educação Ambiental – PIEA
1977	Conferência de Tbilisi	- conceito de meio ambiente - conceito de educação ambiental
1987	Comissão Brundtland (Nosso Futuro em Comum)	- conceito de desenvolvimento sustentável
1992	ECO 92 – Rio de Janeiro	- Agenda 21: dilema da relação homem-natureza e também combate às desigualdades sociais

Quadro 1: Conferências Internacionais de temática ambiental até a década de 1990.

Nesse contexto, a sustentabilidade é um conceito que vem sendo discutido cada vez mais nos últimos anos e no âmbito organizacional representa a necessidade de uma organização avaliar seu desempenho sob três diferentes perspectivas: a ambiental, a social e a econômica (DIAS, 2008; REZENDE; SANTOS, 2006; CORAL, 2002.)

A sustentabilidade é muitas vezes tratada como sinônimo do desenvolvimento sustentável, que é definido pela Comissão Brundtland (WCED, 1987), como satisfazer às necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras. Essa definição deixa claro um dos princípios básicos de sustentabilidade, a visão de longo prazo, uma vez que os interesses das futuras gerações devem ser considerados.

De forma geral, essas preocupações já estão sendo enfrentadas por grandes corporações, responsáveis por grande parte dos problemas ambientais. A preocupação em poluir menos, recuperar áreas com problemas ambientais, tornar o processo produtivo mais limpo, responder às questões sociais da comunidade e, dentro da perspectiva econômica, são questões que fazem parte da estratégia das grandes multinacionais.

Mas, como o conceito de sustentabilidade tem sido discutido no contexto das micro e pequenas empresas? As micros e pequenas empresas (MPEs) desempenham um papel fundamental no crescimento e maturação de uma economia saudável. No processo de desenvolvimento, é expressiva a contribuição que prestam para o aproveitamento de uma grande parcela da força de trabalho e ao estimularem o desenvolvimento empresarial (ARAÚJO; AZEVEDO; MENDONÇA, 2010).

Segundo Dolabela (1999), as MPEs trazem grandes contribuições para a economia mundial. Em alguns países, a participação no PIB atinge cerca de 50%, com fortes tendências de crescimento e no Brasil, existem mais de cinco milhões de pequenas e médias empresas formais. Assim, contata-se o que esse segmento empresarial é uma grande fonte geradora de valor, emprego e renda na economia e contribui em grande medida na composição do PIB (Produto Interno Bruto) (IBGE, 2010). Com relação a sua importância no contexto econômico e social, os dados do SEBRAE (2005) evidenciam a relevância desse segmento na economia brasileira, sendo responsáveis por uma quantia significativa da economia e da geração de empregos, no Brasil existem 5,1 milhões de empresas, desse total 98% são micro ou pequenas empresas (MPEs), de modo que, as pequenas empresas, como parte da comunidade

empresarial, colaboram para o bem-estar econômico da nação, produzindo uma parte do total dos bens e serviços (LONGENECKER et al., 1997).

Nesse sentido, as micros e pequenas empresas desempenham uma importante função social e um papel fundamental na economia mundial, principalmente nos países menos desenvolvidos, pelo seu potencial de gerar empregos. O debate em torno do desenvolvimento de firmas de pequeno porte e da geração de postos de trabalho é especialmente pertinente num mundo em que o emprego torna-se cada vez mais escasso (DIAS, 2007).

A implantação de um sistema sustentável é de suma importância em todas as empresas, já que muitas organizações não procuram maneiras para ser socioambientais e acabando degradando o meio ambiente, devido a sua irresponsabilidade. As pequenas empresas, considerando sua importância, precisam se inserir nesse contexto de preocupações com seus modelos produtivos e o impacto ao meio ambiente e a sociedade (DIAS, 2006).

Dessa forma, esse estudo tem como problema de pesquisa o seguinte questionamento:

As pequenas farmácias de Paranaíba realizam práticas socioambientais?

Visando responder ao problema proposto, espera-se *identificar se as pequenas farmácias de Paranaíba realizam práticas sustentáveis*. Como objetivo secundário, pretende-se apresentar o entendimento dos empresários sobre a sustentabilidade, as principais barreiras e aspectos positivos observados no segmento.

Este estudo justifica-se em razão da carência de estudos sobre sustentabilidade em pequenas empresas, pois, segundo o Sebrae (2012), após um grande levantamento realizado junto a MPEs no Brasil, especificamente 3.912 empresas, identificou que embora muitas empresas afirmarem que praticam ações sustentáveis, 54% não as associam a “oportunidades de ganhos” ou mesmo como um desafio, configurando-se em ações de filantropia.

2 Referencial Teórico

2.1 Sustentabilidade: um novo enfoque organizacional

A sustentabilidade diz “respeito à interdependência dos seres vivos entre si e em relação ao meio ambiente, sendo também o reconhecimento das necessidades e interesses das outras partes, reforçando assim a rede de relacionamentos que as mantêm integradas” (SAVITZ, 2007, p.3). Para Mello (2002), a sustentabilidade é o modo de sustentação, ou seja, da qualidade de manutenção de algo. Este algo é o ser humano, sua forma de vida enquanto espécie biológica, individualidade psíquica e ser social.

No âmbito organizacional, a sustentabilidade consiste num “jeito” de conduzir o negócio e tomar decisões com base em três dimensões: econômica, ambiental e social (TACHIZAWA, 2007; DIAS, 2007; MELLO, 2002).

Tachizawa (2007) mostra que integrar aspectos econômicos, ambientais e sociais diminui custos, reduzem riscos, evita desperdícios, melhora relacionamentos e gera lucros. É mais do que simplesmente uma estratégia de inovação das empresas, com foco apenas mercadológico, é uma questão de atitude e cultura das pessoas, que deve ser traduzida nas práticas e processos de trabalho, que inclusive, num processo natural, refletem nos resultados econômicos para as empresas.

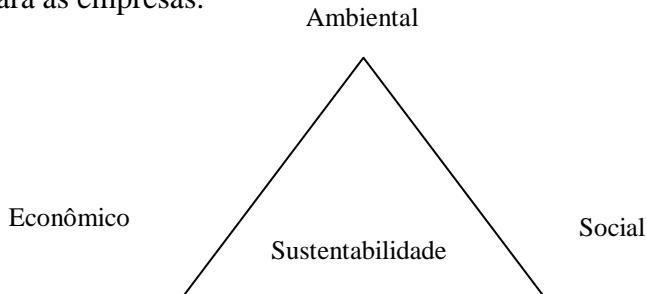


Figura 1: Conceito de Sustentabilidade
Fonte: Savitz (2007), Mello (2002), Tachizawa (2007) e Dias (2007)

Para uma organização ser sustentável, precisa apresentar quatro requisitos básicos (TACHIZAWA, 2007):

- Ecologicamente correto;
- Economicamente viável;
- Socialmente justo; e
- Culturalmente aceito.

Em outros termos, a sustentabilidade condiz em prover o melhor para as pessoas e para o meio-ambiente tanto no presente quanto no futuro, conforme o Relatório de Brundtland: "suprir as necessidades da geração presente sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprir as suas".

A sustentabilidade internalizada nas empresas demonstra que gestão valoriza não apenas os fatores econômicos, antes preponderantes, pois os objetivos vão além do lucro. Nesse sentido, Donaire (1999) destaca que as empresas devem ter responsabilidade socioambiental na sua gestão, o que reflete na melhoria da imagem institucional, e que pode resultar em mais consumidores, mais vendas, melhores empregados, melhores fornecedores, mais fácil acesso ao mercado de capitais, etc. Sendo assim, a maximização do lucro deve ser vista em um contexto de longo prazo, numa consequência natural da realização dos negócios, não somente como um objetivo final.

Dessa forma, o papel da alta administração é fundamental para perceber e modificar a sensibilização da organização quanto aos problemas socioambientais, seja no ambiente externo quanto interno da empresa.

Diante dessas transformações, as áreas funcionais de uma organização devem se adequar aos princípios da sustentabilidade. Logicamente, que toda empresa visa o lucro, entretanto, discute-se no conceito da sustentabilidade a forma, isto é, a geração desse lucro não pode ser obtida à custa da exploração exacerbada e irracional da sociedade e do meio ambiente.

Na área de recursos humanos, por exemplo, os gestores precisam reconhecer e incorporar nas práticas de recursos humanos, a dimensão ambiental, principalmente, recrutamento, selecionando, treinamento e recompensando as pessoas que tenham atitudes e competências voltadas ao meio ambiente, o que contribuiria para uma gestão ambiental eficaz, resultando em melhorias nos resultados organizacionais (FREITAS; JABBOUR; GOMES, 2011). Diante deste contexto, a área de recursos humanos não pode atuar somente para operacionalizar as rotinas administrativas e atender as questões legais relacionadas ao trabalho, como foi inicialmente concebida entre as décadas 1900 e 1920, como um departamento pessoal (JAMROG; OVERHOLT, 2004 *apud* FREITAS; JABBOUR; SANTOS, 2011).

Em relação ao Marketing, os principais desafios enfrentados pelas organizações são conseguir combinar as estratégias voltadas para a qualidade com custos competitivos, atender as necessidades dos consumidores que estão sempre em mudança e ter capacidade de inovação (ALBUQUERQUE, 1992). Dessa forma, Ferrel e Hartline (2005) ressaltam que a ética do marketing vai além das questões legais, ou seja, promovem a confiança, que ajuda a construir relacionamentos de longo prazo. Ignorar estas questões e se envolver em atividades que afastem a empresa dos princípios aceitos, tornam praticamente impossível continuar com as trocas de marketing.

Segundo Kotler (2004), as atitudes são estudadas, no contexto de marketing, no tópico comportamento do consumidor, que é voltado para o estudo de como pessoas, grupos e organizações selecionam, compra, usam e descartam artigos, serviços, idéias ou experiências

para satisfazer suas necessidades e desejos. Assim, o marketing também pode trazer grandes contribuições para a sustentabilidade organizacional.

Na cadeia de suprimentos, Savitz (2007) explica que uma empresa sustentável comprehende a transmissão dos valores de conduta ética no cumprimento de contratos e no relacionamento com os parceiros da cadeia produtiva, garantindo o cumprimento de padrões de proteção ambiental, de segurança e da não utilização de mão-de-obra infantil. Para o autor, a empresa deve considerar seu código de conduta no ato da contratação dos fornecedores e exigir dos trabalhadores terceirizados atitudes éticas semelhantes às de seus funcionários.

À luz desses argumentos, uma gestão sustentável significa uma nova forma de pensar e agir das organizações, que reflete na promoção e crescimento da empresa, inclui a abertura de novos mercados, lançamento de novos produtos, na inovação, conquista de novos clientes e desenvolvimento de redes de interesse (LONGENECKER et al.1997). Assim, para o autor, a sustentabilidade é uma máquina poderosa para promover o crescimento, impulsionando a inovação e novas tecnologias, novos mercados desenvolvem-se, criando novas fronteiras para os negócios.

Para Savitz (2007), a sustentabilidade não é simplesmente uma questão de boa cidadania empresarial, tampouco trata apenas de uma questão ética de negócios. Para o autor, a sustentabilidade é o hoje o princípio fundamental da gestão inteligente dos recursos, produtos, meio-ambiente, clientes e sociedade.

Entretanto, Tachizawa (2007) afirma que nem sempre a sustentabilidade proporciona lucros imediatos, ao contrário, no curto prazo impõe custos adicionais. Assim, o autor propõe algumas medidas estratégicas:

- Competição básica, por meio de preços, com certeza de ampliação de participação no mercado;
- Associação com capitais de entidades nacionais e do exterior e abertura de capital, em direção à efetivação de saltos tecnológicos;
- Aquisição de tecnologias como meio de obtenção de posicionamento competitivo;
- Reciclagem de sucatas, resíduos ou refugos;
- Expansão dos investimentos em controle ambiental;
- Projetos sociais em meio ambiente;
- Projetos sociais em saúde;
- Projetos sociais em cultura; e
- Utilização da imagem ambiental da empresa para marketing.

De acordo com o Sebrae (2003), apesar do fato de que as empresas estejam procurando se adequarem, a degradação ao ambiente continua em ritmo crescente. Apenas um número pequeno de empresas busca a sustentabilidade e as melhorias conseguidas são pequenas diante da demanda crescente por produtos e serviços, originadas do desenvolvimento econômico.

Para Oliveira Filho (2004) a noção de que a “sustentabilidade” leva à necessária redefinição das relações sociedades humanas/natureza, portanto uma mudança substancial do próprio processo civilizatório, introduzindo o desafio de pensar a passagem do conceito para ação.

2.2 A sustentabilidade socioambiental

Do ponto de vista ambiental, as organizações devem pautar a gestão pela eco-eficiência dos seus processos produtivos, pela adoção da produção limpa, deve proporcionar condições para o desenvolvimento de uma cultura ambiental organizacional, buscando a não contaminação do ambiente natural e procurar participar de todas as atividades pelas

autoridades governamentais locais e regionais, deste que estão ligadas ao meio ambiente natural (DIAS, 2007).

Nesse sentido, a sustentabilidade ambiental pode ser atingida pela promoção de uma avaliação dos padrões de consumo e modificações desses padrões, principalmente dos recursos exauríveis ou de estoque, como também, promover a internalização dos custos para as economias agressoras do meio ambiente (SILVA, 1995).

Segundo Tachizawa (2007), a consciência ambiental das empresas na fabricação do produto desmistificou o conceito de que o produto não seria de qualidade uma vez produzida em cima das variáveis do produto ecologicamente viável. Levando em consideração o percentual de produtos introduzidos no mercado, em 1990, foram cerca de aproximadamente 9,2 % de acordo com o mercado verde, enquanto no ano de 1989, esse resultado era apenas de 0,5%. É notável o crescimento e a expansão de produtos com a qualidade e a viabilidade de um produto feito com a menor degradação possível do meio.

O processo do desenvolvimento no meio ambiente vem disseminar a importância do uso correto dos recursos naturais existentes e, visando uma melhor qualidade de vida aos seres humanos e a conservação da biodiversidade, levando em consideração a utilização correta dos recursos naturais existentes e utilizada no trabalho do dia a dia, tais como: água, solo e o ar (VALLE, 2006).

A dimensão ambiental estimula empresas a considerarem o impacto de suas atividades sobre o meio ambiente, na forma de utilização dos recursos naturais, e contribui para a integração da administração ambiental na rotina de trabalho (ALMEIDA, 2002), isto é, a preocupação com o meio ambiente passou a fazer parte da arena política e das estratégias das empresas privadas, pois, de alguma forma, possibilitavam ou limitavam o seu desenvolvimento (AMÂNCIO; CLARO; CLARO, 2008).

Conforme Amâncio, Claro e Claro (2008, p.295) “as práticas ambientais sustentáveis referem-se às práticas gerenciais da organização voltadas para a preservação da qualidade ambiental e a prevenção de impactos ambientais”. Assim, novas abordagens têm surgido para que empresas proativas reforcem, por meio a alta administração, um comprometimento da organização com a sustentabilidade (SANCHES, 2000), conforme Quadro 2.

Entretanto, Claver et al., (2007) destacaram alguns fatores que determinam a atitude dos gestores frente as questões ambientais:

- Regulamentação: tradicionalmente, é o primeiro estímulo para a adoção de práticas ambientais pelas empresas;
- Falta de infra-estrutura: como instalações seguras para o armazenamento de resíduos tóxicos e perigosos ou estação de tratamento de resíduos, por exemplo;
- Falta de informação;
- Ausência das tecnologias ambientais: como máquinas limpas, equipamentos e substâncias alternativas que possam substituir componentes nocivos ao meio ambiente (ASHFORD, 1993 *apud* CLAVER et al., 2007).

Ainda, segundo o autor, boas práticas de gestão exercem um efeito positivo na influência sobre a gestão ambiental empresarial, principalmente, quando pode-se explorar certos recursos e capacidades já desenvolvidas na gestão empresarial, que serão fundamentais no momento da implementação de estratégias sobre o meio ambiente.

Estratégia Ambiental	Conceito	Autor
Sistema de Gestão Ambiental	A gestão ambiental é um fator positivo e que ocorre justamente objetivando assegurar melhor qualidade de vida à população e assegurar a preservação dos recursos naturais indispensáveis para a sustentabilidade, isto é; ter esses recursos aproveitáveis hoje no futuro e para as próximas gerações	Andrade, Tachizawa e Carvalho (2002)

ISO 14001	Garante a redução da carga de poluição gerada por essas organizações, porque envolve a revisão de um processo produtivo visando a melhoria continua do desempenho ambiental, controlando insumos e matérias-prima que representem desperdícios de recursos naturais.	ABNT (2012)
P+L	É uma metodologia de caráter gerencial, econômico, ambiental e de melhoria da qualidade, que requer algumas mudanças na organização, no intuito de tornar a empresa mais competitiva para o mercado.	Hinz, Dalla Valentina e Franco (2006)
Avaliação do Ciclo de Vida - ACV	Surgiu da necessidade de se estabelecer uma metodologia que facilitasse a análise e os impactos ambientais entre as atividades de uma empresa, incluindo seus produtos e processos. A partir dessa metodologia pode-se verificar que a prevenção à poluição se torna mais racional, econômica e efetiva do que uma ação na direção dos efeitos gerados.	Hinz, Dalla Valentina e Franco (2006)
3 Rs	Reducir o consumo de insumos, matérias primas e recursos; Reciclar é a estratégia mais preferida pelas indústrias, pois é uma das soluções que exige menos esforço; Reutilizar ou remanufaturar não é impedir a inovação, pois os componentes remanufaturados podem ser misturados com peças novas, de modo que, não deve ser vista como uma estratégia para recondicionar produtos antigos, mas sim como uma estratégia dinâmica e inovadora, que requer uma pesquisa aprofundada para ser totalmente eficiente.	Gehin, Zwolinski e Brissaud (2008)
Eco-design	Busca a interação das funções do produto ou serviços com a redução de impactos no meio ambiente, por meio da combinação da busca da sustentabilidade econômica e ambiental dos produtos.	Karlsson e Luttropp (2006)

Quadro 2: Estratégias ambientais voltada à sustentabilidade

Quanto a sustentabilidade social, a proposta de desenvolvimento sustentável, que é um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas, embora haja várias interpretações desse conceito, mas em geral deve-se a todo custo utilizar os recursos, somente na exata medida em que não prejudique a sua mesma utilização pelas gerações futuras (DIAS, 2008). Em outras palavras, significa:

Em termos sociais, a empresa deve satisfazer aos requisitos de proporcionar as melhores condições de trabalho aos seus empregados, procurando contemplar a diversidade cultural existente na sociedade em que atua, além de propiciar oportunidade aos deficientes de modo geral (DIAS, 2007, p. 40)

Na ótica de Silva (1995), a sustentabilidade social está baseada num processo de melhoria na qualidade de vida da sociedade, por meio de diversos mecanismos, que podem a melhoria no padrão de renda, acesso a educação, moradia e alimentação.

Para Oliveira (2008) a ação social não pode ser o único parâmetro para avaliar a responsabilidade social da empresa, pois se a empresa investe em ações sociais por um lado e por outro engana consumidores, corrompe funcionários, está deixando a desejar em responsabilidade social.

De acordo com Carrieri, Junquilho e Silva (2011) a ideia da gestão como prática social permite ampliar o horizonte de análise na medida em que se torna possível visualizar as organizações como resultantes de conjuntos de práticas vivenciadas por seus sujeitos, vinculando estes últimos a contextos por eles manifestos no cotidiano.

A dimensão social consiste no aspecto social relacionado às qualidades dos seres humanos, como suas habilidades, dedicação e experiências e abrange tanto o ambiente interno da empresa quanto o externo (AMANCIO; CLARO; CLARO, 2008). Segundo os autores, indicadores e ações sociais podem variar de uma empresa para outra, mas alguns são considerados comuns para diferentes setores de atuação, como investimento na qualidade de vida dos funcionários e na comunidade.

Algumas evidências empíricas podem ser destacadas sobre a temática:

Mendonça, Araújo e Azevedo (2010), analisaram as ações de responsabilidade social em micro e pequenas empresas do Município de Paranaíba, por meio de um levantamento junto a setenta micro e pequenas empresas, corrobora com cinco entrevistas com os empresários. Os resultados indicaram que as empresas analisadas caracterizam-se como microempresas (possuem até cinco funcionários) e estão no mercado há menos de cinco anos. Quanto ao objeto de pesquisa, os autores constatam que existe uma dificuldade dos empresários pesquisados em definir as ações de responsabilidade social que praticam em suas empresas, isto é, a maioria dos empresários em questão não conhece a importância dessas práticas para condução de seus negócios.

Nascimento (2005) realizou uma pesquisa com executivos de pequenas e médias empresas do Estado de Massachusetts nos EUA, por meio de um grupo focal a fim de obter a percepção destes executivos sobre a sustentabilidade nas empresas. Os autores constaram que nos debates surgiram depoimentos que mostraram o papel estratégico de uma gestão socioambiental e a necessidade de uma maior integração da cadeia de suprimento para equacionar problemas socioambientais.

Em uma pesquisa desenvolvida junto a uma amostra de 487 empresas do setor industrial, comercial e serviços no Estado de São Paulo, Tachizawa, Andrade e Carvalho (2002), buscaram identificar as práticas das empresas em relação às práticas de gestão ambiental e responsabilidade social em quatro dimensões: meio ambiente, ecoeficiência, público interno e a comunidade externa (fornecedores, clientes e sociedade). Os resultados indicaram a necessidade de significativas mudanças na gestão dos negócios das micro e pequenas empresas que, apoiadas por novos padrões de sustentabilidade, podem nortear ações direcionadas ao desenvolvimento socioambiental, convergente com o seu crescimento econômico.

Com o objetivo de verificar as dificuldades das empresas de pequeno porte na adoção de práticas, processos e valores sustentáveis, Careon e Silva (2010), fez um levantamento em 32 empresas consideradas micro e pequenas empresas, de acordo com os critérios estabelecidos pelo BNDES, entre Fevereiro e Abril de 2010 no estado de São Paulo na capital, e observaram que a falta de incentivo dos órgãos governamentais, alta tributação, concorrência desleal e falta de interesse de funcionários, clientes e fornecedores são as principais barreiras para a implementação de práticas sustentáveis.

3 Procedimentos Metodológicos

Para realização do objetivo proposto, adotou-se uma abordagem exploratória-descritiva. Os estudos exploratórios são todos aqueles que buscam descobrir idéias e soluções, na tentativa de adquirir maior familiaridade com fenômeno de estudo” (SELLTIZ; JAHODA; DEUTSCH, 1974), e enquanto a pesquisa descritiva consiste em “não procura explicar alguma coisa ou mostrar relações causais como as pesquisas de caráter experimental” (ROESCH, 2009), visa responder questões tais como: quem, o quê, quanto, quando e onde” (ZANELLA, 2007), e não respondem bem ao porquê, embora possam associar certos resultados a determinados grupos de respondentes (ROESCH, 2009).

Gil (2002) corrobora destacando que a pesquisa é descritiva expõe as características de determinado fenômeno, possuindo também características de uma pesquisa de natureza exploratória, devido ao pouco conhecimento acumulado.

Em razão do problema e objetivos propostos nesta pesquisa, o enfoque quantitativo é o mais apropriado, visto que pode medir opiniões, atitudes e preferências como os comportamentos das pessoas, preocupando com a representatividade numérica, isto é, com a medição objetiva e a quantificação dos resultados (ZANELLA, 2007). A pesquisa quantitativa

é aquela que reúne, registra e analisa todos os dados numéricos que se referem às atitudes e aos comportamentos do público-alvo, que é utilizado para medir opiniões, reações, sensações, hábitos e atitudes de um universo (público-alvo), por meio de amostra (HAIR *et al.*, 1998).

A pesquisa foi realizada no setor varejista de farmácias no município de Paranaíba, tendo como população de pesquisa 38 empresas, segundo informação da Secretaria de Vigilância Sanitária do município. Assim, para viabilizar a pesquisa operacionalmente, adotou-se como estratégia a pesquisa de levantamento ou *survey*.

Adotou-se uma amostra não probabilística por “julgamento” (FORZA, 2002), uma vez que se buscou obter informações junto a um grupo específico de profissionais, no caso, gerentes, proprietários e farmacêuticos. Assim, do total de 38 empresas cadastradas na Vigilância Sanitária, aplicou-se coletou dados de uma amostra de 23 empresas, gerando um índice de representatividade de 60,52%.

Como instrumento de coleta de dados, adotou-se o questionário, que “é o instrumento mais utilizado em pesquisa quantitativa, principalmente em pesquisas de grande escala, como as que se propõem levantar a opinião política da população ou a preferência do consumidor.” (ROESCH, 2009, p. 142), com cinco pontos na escala Likert, com extremos significando “discordo totalmente” e “concordo totalmente”. O questionário utilizado (anexo 1) nesta pesquisa, é uma adaptação dos autores Careon e Silva (2010), que realizaram um *survey* em 32 MPEs de diversos ramos. Além disso, havia no questionário três perguntas abertas para os respondentes colocarem sua percepção sobre:

- As maiores dificuldades para a adoção de práticas sociais e ambientais;
- As práticas socioambientais utilizadas;
- Um comentário sobre sustentabilidade.

Apesar das recomendações na literatura, como Lakatos e Marconi (2006, p.203), que afirmam que os questionários devem ser respondidos por escrito e sem a presença do entrevistador, nesta pesquisa, após a visita e conversas informais em dois estabelecimentos farmacêuticos, percebeu-se a necessidade e o auxílio do pesquisador no preenchimento do questionário. A pesquisa foi realizada entre os dias 14 e 26 de Maio de 2012, sendo aplicado inicialmente nas farmácias da região central da cidade e posteriormente nos bairros.

Quanto à análise, Yin (2001, p. 131) salienta que, “a análise de dados consiste em examinar, categorizar, classificar em tabelas ou, do contrário, recombinar as evidências tendo em vista as proposições iniciais de um estudo”. No caso de pesquisa quantitativa, a análise estatística mostra a relação entre as variáveis por meio de gráficos, classificados por categorias e medidos por cálculos de parâmetros de média, mediana, quartis, entre outros (ZANELLA, 2007), em outras palavras, as medidas para cada respondente são codificadas e, em seguida, manipuladas de várias maneiras (ROESCH, 2009).

4 Apresentação dos Resultados, Análise e Discussão

A seguir são apresentados os resultados da pesquisa (Quadros 3 e 4). Ressalta-se que apesar da pesquisa ser quantitativa e com fins exploratórios, as três questões abertas e a percepção do pesquisador, pode trazer novas contribuições para a pesquisa, além dos dados quantitativos.

Na questão que se refere às normas de conduta e a divulgação aos funcionários, obteve-se uma média de 4,1, isto é, grande parte das farmácias realizam esse procedimento, sendo que 78,26% concordam totalmente com essa afirmação. Das empresas pesquisadas, 86,96% acreditam que trabalham num bom clima organizacional visando mudanças, em contrapartida, 13,04% não souberam detalhar. No critério participação consciente do funcionário como cidadão fora da empresa 69,56% concordaram totalmente e 21,74% discordaram totalmente, 4,35% não opinaram e 4,35% discordaram, relatando no momento da

pesquisa que o importante é o desempenho do funcionário dentro da empresa, independente do seu comportamento fora da empresa.

Ao mencionar a inclusão e adaptação de deficientes físicos no quadro de funcionários 91,30% discordaram totalmente, 4,35% concordaram e 4,35% não opinaram, isto é, não apresentam em seus quadros pessoas com deficiências. As condições de trabalho, com saúde e segurança, são oferecidas em 95,65% das farmácias. Ao questionar sobre o desenvolvimento de ações sociais, tais como: doações, apoio à projetos sociais próprios 43,48% das farmácias realizam ações sociais, enquanto 21,74% não realizam qualquer tipo de ação voltada à comunidade. Observou-se que, em nenhuma das farmácias não há nenhum deficiente físico na empresa, pois a legislação exige a inclusão quando a empresa possui de 10 a 49 funcionários, situação não necessária à 23 empresas da amostra, pois 95,65% das empresas varejistas farmacêuticas são caracterizado como microempresas, pois possuem até nove funcionários. Somente uma farmácia possui uma pessoa com deficiência física, que não é propriamente funcionária, mas sim a filha do proprietário.

Em relação, a destinação de perdas ou sobras de produtos, quase 74% das farmácias não se preocupam com a destinação de medicamentos, próximo do prazo de vencimento, para projetos sociais ou a doações, o que corrobora as evidências de Mendonça, Araújo e Azevedo (2010), que analisaram as ações de responsabilidade social em micro e pequenas empresas na mesma cidade e observaram que a maioria dos empresários não conhecem a importância dessas práticas para condução de seus negócios. Apenas algumas farmácias pesquisadas os remédios que venceram a validade ou estão próximos da data são retirados das gôndolas e encaminhados à vigilância sanitária. Em alguns casos, são destinados para as entidades da cidade, isso depende da “bondade” do proprietário da farmácia, pois quando tem essa intenção tiram um mês antes os medicamentos e doam para asilo, creches e hospital psiquiátrico. Inclusive, no passado, relataram que não havia essa preocupação e muitas farmácias jogavam os medicamentos nos vasos sanitários, em rios, pois se colocassem no lixo, poderiam ser identificados e sofrer sanções legais.

Ao discutir a questão se há funcionários que não se interessam ou desconhecem práticas sustentáveis dentro da empresa aconteceu um empate entre os itens concordo totalmente e discordo totalmente cada uma obteve 26,09%, 30,43% não souberam responder, 13,04% concordaram e 4,35% discordaram. A quantidade de funcionários também foi analisada da seguinte forma, 60,87% discordam totalmente da afirmação que há poucos funcionários para muitas atividades e que novas ações com fins sociais acabariam sobre carregando-os. Assim, a gestão social poderia ser manifestada no cotidiano dos funcionários (CARRIERI; JUNQUEIRO; SILVA, 2011). Esses resultados estão descritos no Quadro 3.

Questão	Concordo totalmente	Concordo	Indeciso	Discordo	Discordo totalmente
1. Possui normas de conduta e divulga para os funcionários	78,26%	0%	0%	0%	21,74%
2. Trabalha em clima de colaboração para promover mudanças	86,96%	0%	13,04%	0%	0%
3. Estimula a participação consciente do funcionário como cidadão fora da empresa	69,56%	0%	4,35%	4,35%	21,74%
4. Inclui e adapta deficientes físicos no quadro de funcionários	4,35%	0%	4,35%	0%	91,30%
5. Oferece condições de trabalho com saúde e segurança	95,65%	0%	0%	4,35%	0%
6. Desenvolve ações sociais (doações, apoio a projetos sociais, projetos sociais próprios)	43,48%	21,74%	8,6%	4,35%	21,74%
7. Destinação de perdas ou sobras de produtos para programas sociais	17,39%	0%	0%	8,70%	73,91%

8. Há funcionários que não se interessam / desconhecem práticas sustentáveis dentro da empresa	26,09%	13,04%	30,43%	4,35%	26,09%
9. Há poucos funcionários para muitas atividades, novas ações com fins sociais acabariam sobrecarregando-os	34,78%	4,35%	0%	0%	60,87%

Quadro 4: Resultados relacionados à dimensão social

Nas questões relacionadas à dimensão ambiental, quase 87% das farmácias pesquisadas utilizam um sistema de coleta seletiva. Sobre a reciclagem, os respondentes informaram que as caixas de papelão que embalam os medicamentos são dispostas no lixo para que o caminhão da prefeitura recolher (não é para reciclagem) ou eventualmente para algum catador de recicláveis recolher. Entretanto, em uma das farmácias a proprietária, que também é farmacêutica, separa todo o material que pode ser reciclado, inclusive as caixas de remédio que são deixadas na farmácia. Quando junta-se uma quantidade de material considerável, a Coorepa (Cooperativa Recicla Paranaíba) é acionada para fazer a retirada.

Entretanto, 91,30% não recolhem e destinam adequadamente de pilhas e baterias. A limpeza do estabelecimento também foi verificada ao perguntar se utilizam produtos de limpeza não tóxicos, mais de 90% das farmácias pesquisadas afirmaram que utilizam produtos de limpeza que não prejudicam o meio ambiente.

Quanto à aplicação de técnicas eficientes para administrar o uso de energia ou usa iluminação inteligente, quase que metade das farmácias adotam essas tecnologias (47,82%), enquanto, quase 80% das farmácias não instalam acessórios e dispositivos para economizar água. Quanto as parceria, mais de 90% das farmácias não trabalham em colaboração com entidades focadas no meio ambiente, mas realizam o descarte adequado de resíduos, porém pouco mais da metade das farmácias (56,52%), obtém receita gerada no descarte de resíduos.

Por obrigação legal, todas as farmácias colocam os resíduos perfuro-cortantes em uma caixa especial para que a prefeitura faça a coleta, podendo ser semanal ou quinzenal, de acordo com a necessidade da farmácia. No momento, as farmácias não estão pagando nenhuma taxa para a coleta à prefeitura, mas todos os estabelecimentos relataram que tiveram que se reunir reivindicando a isenção, pois futuramente acredita-se que será cobrado um valor para a coleta por ser uma empresa terceirizada contratada pela prefeitura que esta coletando os materiais recicláveis. Outra questão verificada refere-se aos incentivos da prefeitura/órgãos governamentais para a realização da coleta seletiva, de modo que 73,91% das empresas concordaram totalmente que há incentivo da Prefeitura Municipal. Assim, o estímulo para a adoção de práticas ambientais, como a reciclagem, ocorre por meio da regulamentação (CLAVER et al., 2007).

Nota-se uma predominância no setor varejista farmacêutico apenas a preocupação com a reciclagem, pois é a solução que exige menos esforço, poderiam ser valer dos 3Rs, conforme proposto por Gehin, Zwolinski e Brissaund (2008), isto é, da redução de recursos, insumos e matérias primas e da reutilização, doando itens, além da reciclagem.

Quanto a cadeia produtiva, 52,17% das farmácias acreditam que há oportunidades de diminuição do impacto ambiental, enquanto, quase 40% não acredita nisso. Nas empresas americanas também há uma necessidade maior integração com a cadeia de suprimento para equacionar os problemas socioambientais (NASCIMENTO, 2005). As evidências ambientais são destacadas no Quadro 5.

	Concordo totalmente	Concordo	Indeciso	Discordo	Discordo totalmente
10. Utiliza um sistema de coleta seletiva	86,95%	8,70%	0%	0%	4,35%
11. Pratica uma política de recolhimento e destinação de pilhas/ baterias	0%	4,35%	4,35%	0%	91,30%

12. Usa produtos de limpeza não tóxicos	56,52%	26,09%	4,35%	0%	13,04%
13. Aplica técnicas eficientes para administrar o uso de energia ou usa iluminação inteligente	47,82%	4,35%	8,70%	4,35%	34,78%
14. Trabalha em parcerias com entidades focadas no meio ambiente	4,35%	0%	4,35%	0%	91,30%
15. Instalação de acessórios e dispositivos para economizar água	13,04%	0%	4,35%	4,35%	78,26%
16. Utiliza processos de descarte de resíduos	91,30%	0%	8,70%	0%	0%
17. Quando utilizado processo de descarte de resíduos, há uma receita gerada neste procedimento	56,52%	4,35%	0%	0%	39,13%
18. Há incentivo da prefeitura/órgãos governamentais para a realização da coleta seletiva	73,91%	4,35%	0%	0%	21,74%
19. Em toda o processo produtivo, há oportunidades de diminuição do impacto ambiental	52,17%	4,35%	4,35%	0%	39,13%

Quadro 5: Resultados relacionados à dimensão ambiental

Por ser pequenas empresas, na maioria dos casos o proprietário é também farmacêutico ou o gerente é farmacêutico, isso acontece geralmente quando o proprietário tem mais de uma farmácia na cidade, sendo exigência legal um farmacêutico por estabelecimento, porém em algumas empresas pesquisadas, percebeu-se certa insegurança em disponibilizar essa informação quando a pesquisadora questionava se o farmacêutico se encontrava.

Nas questões abertas, os respondentes evidenciaram que as maiores dificuldades para a promoção da sustentabilidade socioambiental nas farmácias paranaibenses decorrem da falta de consciência das pessoas, da falta de orientação técnica, da falta de informação, de programas de apoio e incentivo e do custo elevado, o que em partes sustenta os argumentos de Careon e Silva (2010), que destacam as principais barreiras para a implementação da sustentabilidade são a falta de incentivo dos órgãos governamentais, alta tributação, concorrência desleal e falta de interesse de funcionários, clientes e fornecedores.

As práticas ambientais e sociais mais utilizadas pelo setor varejista farmacêutico, são:

- Reciclagem do lixo perfuro-cortante
- Utilização de sacolas biodegradáveis
- Reciclagem do lixo em geral
- Doação de medicamentos e produtos higiênicos para entidades assistenciais.
- Participação e colaboração com eventos sociais

Quanto ao entendimento dos empresários sobre a sustentabilidade, destaca-se que o entendimento refere-se à preservação do meio ambiente, a educação, cultura e sociedade, sustento da própria empresa, existir em conjunto com um ambiente saudável sem prejudicar o próximo e o meio ambiente, manter a empresa de acordo com os padrões sustentáveis, sinônimo de burocacia e a maneira como uma pessoa vive.

5 Considerações Finais

Na dimensão social, ficou evidenciada que as pequenas farmácias de Paranaíba possuem normas de conduta e as divulgam para os funcionários, que trabalham em clima de colaboração com o objetivo de efetuar mudanças, estimulam a cidadania do funcionário fora da empresa, entretanto, não possuem em seus quadros pessoas com deficiência física, por exemplo, além de apresentar um local de trabalho que preserva a saúde e a segurança dos funcionários. Em torno de 2/3 das farmácias realizam ações sociais, como doações, apoio a projetos sociais etc. Apesar disso, a grande maioria das farmácias não destina medicamentos, próximos da validade ou com possibilidade de uso, para doações.

Na dimensão ambiental, as farmácias adotam a coleta seletiva, especialmente o descarte de resíduos, neste caso, perfuro-cortantes e medicamentos vencidos, por exigência legal, devido exigência da prefeitura. No tocante a pilhas e baterias, não recolhem, pois acreditam que a população colabora com a iniciativa, por exemplo, em uma farmácia o recipiente permaneceu em cima do balcão por mais de três meses e nenhum cliente utilizou, somente a proprietária do estabelecimento. Quase a metade das farmácias da cidade aplica técnicas para administrar o uso de energia, sendo utilizada uma espécie de *timmer*. Ficou evidenciado na amostra que as empresas não estabelecem parcerias com entidades focadas no meio ambiente, pois por meio do contato do pesquisador com os empresários do setor, acreditam que não existe na cidade uma organização que trabalha especificamente com projetos ambientais voltado à empresa, mas relataram que gostariam de apoiar uma entidade que praticasse ações socioambientais na cidade.

Quanto à gestão dos recursos hídricos, os empresários não se preocupam em instalar dispositivos para redução do consumo, pois acreditam que o consumo é mínimo nas farmácias e todos crêem que evitam o desperdício. Além disso, metade das farmácias pesquisadas afirmaram que conseguem obter receita com o material reciclado, não sendo identificado quais materiais são incluídos nesse processo.

Quase 80% das farmácias destacam o apoio da prefeitura municipal na coleta seletiva e acreditam que existe possibilidade da redução do impacto ambiental em todo o processo produtivo.

Assim, pode-se concluir que as pequenas farmácias de Paranaíba estão realizando práticas socioambientais de forma eventual e não sistematizada, especialmente a reciclagem e a colaboração com eventos sociais, mas, necessitam de apoio e incentivo para que possam ser efetivamente sustentáveis. Destaca-se que as especificidades da pequena empresa, como falta de recursos e conhecimento técnico, podem inibir a adoção de uma gestão efetivamente sustentável nas pequenas farmácias de Paranaíba.

Com um índice de retorno de mais de 60% da amostra, pode-se afirmar que os resultados dessa pesquisa podem ser generalizados às farmácias da cidade de Paranaíba. Todavia, recomenda-se a realização de estudos de casos para melhor compreensão das práticas socioambientais realizadas pelas farmácias de Paranaíba.

Esta pesquisa apresenta algumas limitações, pois percebeu-se a necessidade de o pesquisador auxiliar os respondentes no preenchimento do questionário, o que pode ter gerado algum tipo de viés. Além disso, vieses também podem ser gerados em razão do questionário utilizado, pois é apropriado a pequenas empresas em geral, não especificamente às farmácias.

6 REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, L. G. Competitividade e recursos humanos. **Revista de Administração**, v.7, n. 4, 1992.
- ALMEIDA, Fernando. **O Bom Negócio da Sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.
- AMÂNCIO, R.; O. CLARO, P. B.; P. CLARO, D. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 43, n.4, p. 289-300, out./nov./dez. 2008.
- ANDRADE, R. O. B.; TACHIZAWA, T; CARVALHO, A . B. **Gestão Ambiental:** enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. 2^a. edição. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2002.
- ARAÚJO, G. C.; AZEVEDO, P. S.; MENDONÇA, P. S. M. **Gestão Socioambiental:** Mesmo Sendo Pequenas Fazem? Um estudo sobre a responsabilidade social em micro e pequenas empresas. In.: **XIII SEMEAD - Seminários de Administração da FEA USP**, 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ISO 14001:** sistema de gestão ambiental. Disponível em: <<http://abnt.org.br>>. Acesso em: 28 mar. 2012.

CAREON, L. H.; SILVA, S. F. D. **Sustentabilidade Ambiental Nas Organizações:** sustentabilidade empresarial para a micro e pequena empresa. In.: **XIII SEMEAD - Seminários de Administração da FEA USP**, 2010.

CARRIERI, A. P.; JUNQUEIRA, G. S.; SILVA, A. R. L. **A estratégia como prática social nas organizações:** articulações entre representações sociais, estratégias e táticas cotidianas. **R.Adm.**, São Paulo, v.46, n.2, p.122-134, abr./maio/jun. 2011.

CLAVER, E.; LOPES, M. M.; MOLINA, J. F. E TARI, J. J. Environmental management and firm performance: A case study. **Journal of Environmental Management**, v. 84, n. 4, p. 606-619, 2007.

COMISSÃO Mundial sobre o meio ambiente e desenvolvimento. Nossa Futuro Comum. Rio de Janeiro: FGV, p.44-50, 1988.

CORAL, E. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial.** 2002. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

DIAS, R. **Gestão ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2006.

DIAS, R. **Gestão ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

DIAS, R. **Gestão ambiental:** Responsabilidade Social e sustentabilidade. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa.** São Paulo: Cultura, 1999.

DONAIRE, D. **Gestão Ambiental na Empresa.** São Paulo: Atlas, 1999.

FERREL, O. C.; HARTLINE, M. D. **Estratégia de Marketing.** São Paulo: Pioneira Thompson Learning, Tradução da 3^a edição Americana, 2005.

FORZA, C. Survey research in operations management: a process based perspective. **International Journal of Operations & Production Management**, v. 22, n. 2, p. 152-194, 2002.

FREITAS, W. R. S.; JABBOUR, C. J. C.; SANTOS, F. C. A. Continuing the evolution: towards sustainable HRM and sustainable organizations. **Business Strategy Series**, v. 12, p. 226-234, 2011.

FREITAS, W. R. S.; GOMES, A. F.; JABBOUR, C. J. C. **Gestão Ambiental:** um novo desafio para os profissionais de recursos humanos. **Revista CESUMAR**, v. 16, p. 29-47, 2011.

GEHIN, A.; ZWOLINSKI, P.; BRISSETTE, D. A tool to implement sustainable end-of-life strategies in the product development phase. **Journal of Cleaner Production**, v. 16, n. 5, p. 566-576, 2008.

GIL, A.C.. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HAIR, J.F.; ANDERSON, R.; TATHAM, R.L.; BLACK, W.C. **Análise de dados multivariados.** Upper Saddle River: Prentice Hall, 1998.

HINZ, R. T. P.; FRANCO, A. C.; VALENTINA, L. V. D. Sustentabilidade ambiental das organizações através da produção mais limpa ou pela Avaliação do Ciclo de Vida. **Estudos tecnológicos**, v. 2, n. 2, p. 91-98, 2006.

IBGE - **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.** Comércio e Serviço. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/comercioeservico/pac/2007> Acesso em: 25 jan. 2010.

JANSEN, G. R.; KRAISCH, R.; VIEIRA, R.. **Rev. eletrônica Mestr. Educ. Ambient**, v. 18, 2007.

KARKOTLI, G.; SCHENINI, P. C.; OLIVEIRA, F. V.; Responsabilidade social: uma estratégia empreendedora para a pequena empresa. In: **IV EGEPE - Encontro sobre empreendedores e gestão de pequenas empresas**, 2005, Curitiba. Caderno de Resumos dos trabalhos do IV EGEPE, 2005.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI.** 12.ed. São Paulo: futura, 2004.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. D. A. **Fundamentos de metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LEONE, N.M. C.P.G. **As especificidades das pequenas e médias empresas.** **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 91-94, 1999.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W. PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas:** ênfase na gerência empresarial. São Paulo: Makron Books, 1997.

MELLO, R. F. L. **Em Busca da Sustentabilidade da Organização Antropossocial Através da Reciclagem e do Conceito de Auto-Eco-Organização.** Curitiba: UFPR, 2002.

NASCIMENTO, L.F. Gestão socioambiental estratégica: a percepção de executivos de pequenas e médias empresas americanas. In: **ENANPAD**, 29., 2005, Curitiba. Anais... Brasília: ANPAD, 2005.

OLIVEIRA, L. **A percepção da qualidade ambiental.** In: A ação do homem e a qualidade ambiental. Rio Claro: Associação dos Geógrafos/Câmara Municipal, 1983. Mimeo.

OLIVEIRA, J. A. P. de. **Empresas na Sociedade:** sustentabilidade e responsabilidade social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

OLIVEIRA FILHO, J. E. Gestão ambiental e sustentabilidade: um novo paradigma eco-econômico para as organizações modernas. **Cidad. Salvador**, v. 1, n. 1, p. 92-113. 2004.

REZENDE, I.A.C.; SANTOS, L. S. R. Análise da rentabilidade e performance dos investimentos socialmente responsáveis: um estudo empírico no mercado brasileiro. In: ENANPAD, 30, 2006, Salvador. Anais... Brasília: ANPAD, 2006. CD-ROM.

ROESCH, S. M. A.. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração:** guia para estágios, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SANCHES, C.S. **Gestão ambiental proativa. Revista de Administração de Empresa (RAE)**, São Paulo, v.40, n. 1, p.76- 87, 2000.

SAVITZ, A. W. **A empresa sustentável:** o verdadeiro sucesso é lucro com responsabilidade social e ambiental. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. **Responsabilidade social empresarial.** 2003. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/desenvolvimento-territorial/temasrelacionados/responsabilidade-social-empresarial>>. Acesso em 15 fev. 2012.

SEBRAE. **Estudo da Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas Brasileiras.** São Paulo: SEBRAE, 2005. Disponível em: <<http://www.df.sebrae.com.br/mostraPagina.asp?codServico=462>>. Acesso em: 15/01/2009.

SEBRAE. **O que pensam as micro e pequenas empresas sobre sustentabilidade.** Brasília: Sebrae, 2012. Disponível em:<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bd/s/bds.nsf/1C7B72252F68A728832579F30068BDF3/\\$File/NT00047606.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bd/s/bds.nsf/1C7B72252F68A728832579F30068BDF3/$File/NT00047606.pdf) Acesso em 02 Jun. 2012.

SELLTIZ, C.; JAHODA, M.; DEUTSCH, M. **Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais.** São Paulo: EDUSP, 1974.

SILVA, J.A. **Direito ambiental constitucional.** 2.ed. São Paulo: Malheiros, 1995.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e Responsabilidade social corporativa:** estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 4^a ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2007.

VALLE, C. E. **Qualidade Ambiental: ISO 14000.** 6^º ed. São Paulo: Editora Senac, 2006.

WCED - Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso futuro comum.** Oxford: Oxford University Press, 1987.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZANELLA, L. C. H.. **Metodologia de pesquisa.** UFMS, 2007.