



INICIATIVAS E PRÁTICAS AMBIENTAIS DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO VALE DO CAÍ - RS

Recebido: 22/01/2015
Aprovado: 18/02/2015

¹Alex Eckert
²Secundino Luis Henrique Corcini Neto
³Daiane Scopel Boff

RESUMO

A necessidade de utilizar de maneira adequada e sustentável os recursos naturais do ambiente deve estar cada vez mais presente no cotidiano das pessoas, do poder público e das empresas. Diante disso, este estudo tem por objetivo analisar as iniciativas e práticas ambientais adotadas por um grupo de empresas estabelecidas no Vale do Caí, no estado do Rio Grande do Sul. Para atingir tal objetivo, foi realizada uma *survey* por meio de um questionário elaborado a partir do relatório “Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis” (Ethos, 2013). Os resultados indicam que grande parte das empresas pesquisadas manifesta preocupação com questões voltadas ao meio ambiente, como a geração e a destinação dos resíduos poluentes e a redução no consumo de energia. Além disso, destaca-se o fato de que apenas uma pequena parcela das empresas pesquisadas se preocupa com a redução no consumo da água.

Palavras-chave: meio ambiente, iniciativas ambientais, práticas ambientais, pequenas e médias empresas, Vale do Caí.

¹ Mestre em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Brasil
Professor da Universidade de Caxias do Sul - UCS
E-mail: aeckert@ucs.br

² Mestre em Engenharia de Produção e Sistemas pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, Brasil
Professor da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS
E-mail: secundino@unisinos.br

³ Mestre em Ensino de Matemática pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Brasil
Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - IFRS
E-mail: daiane.boff@caxias.ifrs.edu.br



ENVIRONMENTAL INITIATIVES AND PRACTICES OF SMES IN THE CAÍ VALLEY, IN THE STATE OF RIO GRANDE DO SUL

ABSTRACT

The need to use in an appropriate and sustainable manner the natural resources of the environment must be increasingly present in the everyday life of the people, the government and businesses. Thus, this study aims to analyze the environmental initiatives and practices adopted by a group of companies from the Caí Valley, in the State of Rio Grande do Sul. To achieve the objective, a survey was conducted with a questionnaire based on the report "Ethos Indicators for Sustainable and Responsible Business" (Ethos, 2013). The results

indicate that the majority of companies surveyed is concerned with issues related to the environment, such as the generation and disposal of waste pollutants, and reduction in power consumption. Furthermore, we highlight the fact that only a small portion of the companies surveyed cares about the reduction in water consumption.

Keywords: Environment. Environmental initiatives. Environmental practices. SMEs. Caí Valley.

INICIATIVAS Y PRÁCTICAS AMBIENTALES DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL VALLE DEL CAÍ – RS

RESUMEN

La necesidad de utilizar de manera adecuada y sostenible los recursos naturales del medio ambiente debe ser cada vez más presente en la vida cotidiana de la gente, el gobierno y las empresas. Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo analizar las iniciativas y prácticas ambientales adoptadas por un grupo de empresas establecidas en el Valle Del Caí, en el estado de Rio Grande do Sul. Para lograr el objetivo, una encuesta fue realizada a través de un cuestionario diseñado desde el informe "Indicadores Ethos de Empresas Responsables y Sostenibles" (Ethos, 2013). Los resultados indican

que la mayoría de las empresas encuestadas expresaron preocupación por las cuestiones relacionadas con el medio ambiente, tales como la generación y eliminación de residuos contaminantes, y reducir el consumo de energía. Por otra parte, se destaca el hecho de que sólo una pequeña parte de las empresas encuestadas se preocupan por la reducción del consumo de agua.

Palabras clave: Medio ambiente. Iniciativas ambientales. Prácticas ambientales. Pequeñas y medianas empresas. Valle Del Caí.



1 INTRODUÇÃO

O impacto das atividades econômicas e sociais sobre os sistemas naturais tem causado o comprometimento de sua disponibilidade não só para as próximas gerações, mas também para atual. As empresas, preocupadas sobremaneira com a eficácia e eficiência dos sistemas produtivos, começaram a perceber que uma visão economicista é insatisfatória, ficando evidente que o contexto de sua atuação a cada dia torna-se mais complexo, levando o processo decisório a restrições cada vez mais severas. Percebe-se que um dos componentes mais importantes de uma nova visão acerca dos modos de pensar e agir tem por base o crescimento da consciência ecológica, tanto na sociedade de um modo geral quanto nos governos e nas próprias empresas (Tinoco e Robles, 2006).

O desenvolvimento econômico e tecnológico, principalmente nos dois últimos séculos, ampliou exponencialmente a produção de riqueza no mundo, sendo que em alguns casos isso significou a maximização do uso de recursos naturais, ignorando se eram renováveis ou não. Entretanto, o que se percebe nas últimas décadas é que a sociedade tem cobrado, tanto das empresas como do governo, o desenvolvimento econômico sustentável (Lima Filho, Bruni & Gomes, 2013).

As organizações, por sua vez, estão cada vez mais adotando práticas de responsabilidade ambiental, seja por pressão da sociedade em geral, seja como por parte de políticas governamentais. As empresas são fatores chave para o bem-estar econômico, ambiental e social (Schaltegger, Benett & Burritt, 2006). A sustentabilidade empresarial é, portanto, necessária no longo prazo, assim como o desenvolvimento sustentável da economia e da sociedade como um todo (Bachmann, Carneiro & Espejo, 2013). A exigência de lucro e sobrevivência pode conviver harmoniosamente com a responsabilidade ambiental dentro de uma concepção mais ampla, como filosofia de operações da empresa (Ferreira, 2013).

Elkington (1998) apresenta a sustentabilidade como o princípio de assegurar que as ações que são tomadas no presente não limitarão as opções econômicas, sociais e ambientais das gerações futuras. Dessa forma, o desenvolvimento sustentável incorpora três princípios, relacionados a integridade ambiental, equidade social e prosperidade econômica, onde o desempenho de um princípio reflete diretamente sobre o desempenho dos outros dois (Hubbard, 2009).

Historicamente, países como o Brasil, por causa do atraso em aspectos tecnológicos, educacionais e sociais, além de um elevado grau de pobreza, dão prioridade para o crescimento econômico, sem preocupações efetivas com o meio ambiente. Essa exploração da natureza sobrepõe-se

à mentalidade de preservação encontrada nos países considerados desenvolvidos. Assim, o Brasil tem visto a destruição ambiental como o preço (aceitável) a ser pago pelo progresso econômico ou, ainda, como uma prioridade menor considerando suas necessidades mais imediatas (Rohrich & Cunha, 2004).

Ainda em termos de questão ambiental, existe outra grande diferença percebida entre os países desenvolvidos e os em desenvolvimento. Enquanto os primeiros aumentam continuamente a capacidade tecnológica e, com isso, estão mais aptos a adotar o gerenciamento ambiental, nos outros, como ocorre no Brasil, por exemplo, prevalecem as tecnologias chamadas *end-of-pipe* ou fim de tubo, que tratam os resíduos e efluentes somente no final do processo produtivo, sendo consideradas tecnologias de controle (Viegas & Fracasso, 1998).

O desenvolvimento e o consequente sucesso das empresas no mercado podem ter relação com as inovações tecnológicas de seus produtos e processos, que podem variar de acordo com a importância atribuída ao aspecto ambiental, ou seja, quanto mais proativa a organização em termos de aspectos ambientais, maior é sua chance de progredir no mercado (Daroit & Nascimento, 2000).

Todos esses argumentos mostram que nos países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil, a questão ambiental está sendo pouco valorizada em benefício do desenvolvimento econômico, ou seja, é possível que as empresas estejam dando menor importância à questão ambiental do que seria o ideal. Diante desse contexto, o objetivo deste estudo é analisar as iniciativas e práticas ambientais adotadas por um grupo de empresas estabelecidas no Vale do Caí.

Localizada no estado do Rio Grande do Sul, no extremo sul do Brasil, a região é assim chamada por ser cortada pelo rio Caí. Tem uma área de 1.854 quilômetros quadrados (CODEVARC, 2010) e conta com população aproximada de 170 mil habitantes (FEE, 2011). Destaca-se economicamente pela citricultura, bem como pelo processamento de carnes de aves e de suínos (Severo & Pedrozo, 2008). Além disso, a região é um polo da produção de cerâmica vermelha (CODEVARC, 2010), dispondo inclusive de um moderno laboratório de pesquisa e desenvolvimento tecnológico de materiais cerâmicos (UCS, 2013).

Além da introdução, este artigo estrutura-se em mais cinco seções, sendo que duas delas abordam a teoria que sustenta a pesquisa. Em seguida são apresentados os aspectos metodológicos utilizados na investigação, a análise e a discussão dos resultados e, por fim, as considerações finais do estudo.



2 GESTÃO AMBIENTAL

Moreno e Pol (1999) conceituam a gestão ambiental como sendo aquela que incorpora os valores do desenvolvimento sustentável tanto na organização social como nas metas corporativas de empresas e de administrações públicas. Essa gestão integra políticas, programas e práticas relativas ao meio ambiente, em um processo contínuo de melhoria. A gestão ambiental se preocupa, principalmente, com os recursos naturais, e pressupõe escolher alternativas e criar condições adequadas para os fins a que se destina.

Numa visão mais generalista, a gestão ambiental pode ser definida como o processo de alocação dos recursos naturais de modo a otimizar a sua utilização no atendimento de necessidades humanas básicas, se possível, por um período indeterminado e com o mínimo de impactos negativos ao meio ambiente (Martendal, Vieira, Uhlmann & Pfitscher, 2013).

Na visão de Tinoco e Robles (2006), a gestão ambiental é um sistema que inclui a estrutura organizacional, as atividades de planejamento, as responsabilidades e as práticas, bem como os procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental. De forma sucinta, é tudo aquilo que a empresa faz para minimizar ou eliminar os efeitos negativos provocados no ambiente durante a execução de suas atividades. Ainda segundo os mesmos autores, a gestão ambiental tem se configurado como uma das mais importantes atividades relacionadas a qualquer empreendimento.

As empresas precisam reconhecer que a gestão ambiental desempenha papel específico para a estratégia empresarial e, na mesma medida, colabora para a manutenção dos negócios. Assim, existem iniciativas ambientais que dizem respeito à sobrevivência da empresa, como é o caso daquelas

que visam atender a regulamentações ambientais (Albertini, 2014). Por outro lado, há iniciativas que favorecem a redução dos custos de operação e dizem respeito à eficiência operacional, como a redução de consumo de água, luz, papel e cartuchos de impressão e o reaproveitamento de materiais sólidos (Santos & Porto, 2013).

Delmas e Tofell (2004), por sua vez, afirmam que as organizações adotam um conjunto de práticas ambientais distintas porque interpretam as pressões institucionais de formas diferentes. O engajamento nas iniciativas ambientais varia em razão dos diversos níveis de pressão institucional. Entretanto, grande parte dessa variabilidade provém do processo organizacional, que traduz as pressões objetivas em pressões percebidas.

O que se verifica é que as principais dificuldades das empresas na gestão ambiental se concentram nas tecnologias de processamento de resíduos, nos custos operacionais e de manutenção dos sistemas de reaproveitamento, de reciclagem e de tratamento. Além disso, mas em menor intensidade, a legislação, a localização da planta, a pouca cultura ambiental e o treinamento (J. C. T Silva, Silva & Manfrinato, 2005).

Já para Donaire (1999), algumas empresas têm demonstrado que é possível ganhar dinheiro e, ao mesmo tempo, proteger o meio ambiente, mesmo não sendo uma organização atuante no chamado “mercado verde”. Para isso, é necessário apenas que essas empresas tenham uma certa dose de criatividade e possuam condições internas para transformar as restrições e ameaças ambientais em oportunidades de negócios.

Hunt e Auster (1990) descrevem cinco estágios, ou fases, no desenvolvimento de programas de gerenciamento ambiental, que se aplicam desde a empresa iniciante, sem nenhuma preocupação ambiental, até à pró-atividade de empresas altamente comprometidas. O Quadro 1 sintetiza esses estágios.

Quadro 1 – Estágios no desenvolvimento de programas de gestão ambiental

Estágio	Características organizacionais
Primeiro	Formado por organizações que não têm programas ambientais ou têm programas limitados por orçamentos ou relações que os tornam impotentes.
Segundo	Empresas onde existe um pequeno <i>staff</i> centralizado que auxilia na resolução de crises ambientais.
Terceiro	As organizações consideram que o máximo a ser feito para o meio ambiente é a prevenção de acidentes. Não existe efetivamente um programa proativo de gestão ambiental. O que existe é um departamento ambiental, formado por especialistas como geólogos, químicos ou biólogos, mas que não tem influência nem autoridade para fazer mudanças efetivas.
Quarto	Empresas que dedicam tempo para gerenciar problemas ambientais. Os departamentos ambientais têm experiência, financiamento e autoridade. Avaliam riscos, começam a desenvolver a educação ambiental, bem como desenvolver programas para treinar os trabalhadores chave.



Quinto	As organizações têm programas que se estendem por meio da corporação, educam os funcionários com informações e responsabilidade, monitoram as operações continuamente e são rápidos em resolver os eventuais problemas.
--------	---

Fonte: Adaptado de Hunt e Auster (1990).

Rohrich e Cunha (2004) complementam considerando as organizações proativas como aquelas que realizam a análise de possíveis impactos sociais de suas atividades, bem como a divulgação de suas práticas na comunidade. Na sua maioria, essas empresas analisam inclusive o processo de decisão de compra dos consumidores e as possíveis influências dos atributos ambientais.

É evidente que todo projeto industrial, de desenvolvimento urbano ou de oferta de serviço implica na ocorrência de modificações em seu entorno, o que gera um impacto ambiental. Essas mudanças podem ser geridas positivamente, para minimizar seu impacto, ou podem ser ignoradas, deixando que o meio ambiente alterado siga seu curso, normalmente em um processo de degradação cada vez mais acelerado. A forma atual de entender a gestão ambiental remete ao conjunto de ações preventivas e paliativas para minimizar os efeitos ambientais dessa atividade humana. Dessa forma, a gestão ambiental é, antes de tudo, uma gestão do comportamento humano, tanto dentro quanto fora das organizações (Pol, 2003).

Foi para minimizar os impactos ambientais que surgiram as certificações de padrões ambientais internacionais, sendo a primeira a BS 7.750, em 1992, seguida pela ISO série 14.000, que teve sua primeira edição em 1994. A proposta de ambos os sistemas é auxiliar as organizações a alcançar seus objetivos ambientais e econômicos, por meio de compromissos e metas que deverão ser alcançados. A certificação é realizada por uma empresa certificadora independente, o que garante o reconhecimento público do sistema de gestão ambiental implantado (Bispo & Cazarini, 2006).

No Brasil, as organizações vêm demonstrando diferentes comportamentos quanto aos aspectos relacionados à gestão ambiental. Muitas vezes, mesmo nos casos em que se observa a existência de um Sistema de Gestão Ambiental certificado, como é o caso da NBR ISO 14.001, há grandes diferenças quando as organizações são analisadas individualmente (Rohrich & Cunha, 2004).

3 EVIDENCIAÇÃO E DIVULGAÇÃO DAS INFORMAÇÕES AMBIENTAIS

Discussões acerca da sustentabilidade do planeta têm proporcionado o aumento da preocupação com a degradação ambiental. Tal fator se reflete nas informações divulgadas pelas

organizações, sendo considerado que as empresas devem informar aos *stakeholders* sua conduta em relação ao meio ambiente (Lima Filho, Bruni & Gomes, 2013). Isso explica a preocupação das empresas em expor a relação entre suas atividades e a utilização dos recursos ambientais, o que vem a ser uma maneira de informar o caráter preventivo e consciente de suas atividades. O objetivo dessa divulgação, entre outros, é reforçar a manutenção de seus clientes e também atrair novos mercados consumidores (Paiva, 2003).

Cada vez mais a sociedade tem cobrado das empresas uma prestação de contas, para identificar aquelas que geram prejuízos ou que não acrescentam nenhum valor à qualidade de vida da comunidade onde estão inseridas (Lewis, Walls & Dowell, 2014). Por esse motivo, já não basta mais ter apenas produtos ou serviços de qualidade. Agora, uma das chaves para o sucesso das empresas passa pelas boas práticas ambientais e sociais (Lima Filho, Bruni & Gomes, 2013).

Na visão de Cintra (2011), o aumento significativo no volume de divulgação socioambiental nos últimos anos respalda o foco de pesquisas acadêmicas voltadas à evidenciação (*disclosure*) ambiental. Nossa (2002) complementa que diversas diretrizes sobre questões ambientais, em especial sobre a evidenciação e os relatórios de sustentabilidade, estão sendo desenvolvidas e cita como exemplos o Global Reporting Initiative (GRI), o Global Environmental Management Initiative (GEMI), a Agenda 21, o Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) e o Intergovernmental Working Group of Experts on International Standards of Accounting and Reporting (ISAR).

Muito embora alguns países emitam normas e regulamentações de caráter voluntário e outros de aplicação obrigatória, a maioria das práticas que relatam aspectos ambientais ainda continuam a ser de ordem voluntária (Deegan, 2002). No Brasil, por exemplo, a legislação que regulamenta a elaboração e divulgação das informações contábeis estabelece que sejam mensurados e registrados os passivos ambientais das empresas (Lima Filho, Bruni & Gomes, 2013).

Ainda segundo Lima Filho, Bruni e Gomes (2013), normalmente os passivos ambientais trazem uma conotação negativa, remetendo ao resultado de ações que agrediram significativamente o meio ambiente e, por isso, geraram passivos com valores consideráveis, na forma de multas e indenizações a terceiros, para recuperar áreas degradadas ou



poluídas. Entretanto, o passivo ambiental também pode ser gerado a partir de atitudes voltadas para a sustentabilidade e ambientalmente responsáveis que promovam a execução de medidas preventivas para reduzir impactos ao meio ambiente.

Assim, a mensuração dos gastos de origem de um passivo ambiental pode ser feita em decorrência de um evento ou de uma transação que reflita a interação da organização com o meio ambiente, cujo sacrifício econômico ocorrerá no futuro (Eckert, 2013). Podem ser classificados como passivos ambientais, por exemplo, gastos como aquisição de ativos para contenção de impactos ambientais, pagamento de multas por infrações ambientais e gastos para compensar danos ao meio ambiente (Borba & Rover, 2006).

Por fim, é importante ressaltar que as iniciativas ambientais adequadamente registradas e divulgadas contribuem para o aumento da reputação da empresa, que é o conjunto da imagem e da percepção que os públicos, interno e externo, têm a respeito da organização. As empresas buscam maximizar seu prestígio social e, dessa forma, competem pelo reconhecimento dos clientes, investidores, empregados, comunidade e até concorrentes (Betts, Wiengarten & Tadisina (2015). Uma boa reputação organizacional cria um obstáculo de natureza intangível difícil de ser transposto, de forma que para ser duradoura e resiliente, depende de investimentos no relacionamento com todos os *stakeholders* (Fombrun, 1996).

4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Quanto aos objetivos, o método empregado nesta pesquisa é de natureza descritiva. Cooper e Schindler (2003) afirmam que ela é utilizada quando se deseja descrever o comportamento de fenômenos ou de características da população alvo, mensurando e/ou quantificando os eventos. Para Barros e Lehfeld (2007), nesse tipo de pesquisa não há a interferência do pesquisador, cabendo a ele apenas descrever o objeto da pesquisa, bem como descobrir a frequência com que determinado fenômeno ocorre, suas características, natureza, causas, relações e conexões com outros fenômenos.

Quanto à forma de abordagem, este estudo contempla as características de uma pesquisa predominantemente quantitativa, explicada por Oliveira (2011) como aquelas que traduzem em números as opiniões coletadas, para classificá-las e analisá-las. Segundo Richardson (1989), as pesquisas quantitativas empregam um instrumental estatístico tendo por base o processo de análise do problema, objetivando medir unidades ou categorias homogêneas.

Em relação aos procedimentos técnicos, foi realizado um levantamento, dito também *survey*. De acordo com May (2004), a *survey* se caracteriza pela coleta de dados referentes a um grande número de pessoas e visa descrever ou explicar as características de uma população por meio da utilização de uma amostra representativa. O questionário foi composto por 22 questões de múltipla escolha e uma questão final aberta.

As questões iniciais (1 a 18) foram elaboradas com base nas sugestões de iniciativas e práticas ambientais nas empresas da publicação “Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis” (Ethos, 2013). O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP) que busca mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável. Dentre as atividades desenvolvidas, destaca-se a publicação dos “Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis”. Trata-se de uma ferramenta de gestão, gratuita, que visa apoiar as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial (RSE) em suas estratégias de negócio. Os indicadores têm como foco avaliar o quanto a sustentabilidade e a responsabilidade social são incorporadas aos negócios, auxiliando na definição de estratégias, políticas e processos (Ethos, 2013).

As questões seguintes (19 a 22), também de múltipla escolha, buscaram identificar o perfil da empresa respondente, mais especificamente em relação ao setor da economia em que se enquadram, número de empregados, participação em programas de gestão ambiental e tempo de atuação da empresa.

Por fim, a questão 23 permitia que o respondente fizesse alguma consideração adicional, tanto em relação ao questionário, quanto sobre a sua empresa ou sobre as respostas das questões anteriores.

O questionário foi elaborado na ferramenta Google Docs e distribuído eletronicamente para um grupo de alunos matriculados no segundo semestre de 2013 em um dos três cursos de graduação ofertados no *campus* do Vale do Caí, vinculado à Universidade de Caxias do Sul (UCS). Esta amostra foi estabelecida por conveniência, em função da facilidade de acesso aos seus membros e pela diversidade de empresas representadas em sala de aula. Foram escolhidos para participar da pesquisa os alunos de disciplinas intermediárias de seus respectivos cursos, e a seguir distribuídos 120 questionários para alunos de ciências contábeis, 68 para alunos do curso de administração e 35 para alunos do curso de direito, totalizando 223 questionários enviados. Desses, retornaram 35, o que representa um retorno de 15,69%. Esta amostra



representa um nível de significância de 95% e um erro amostral de 15%.

Ao enviar o questionário, solicitou-se que respondessem à pesquisa apenas aqueles que atuassem em empresas com menos de 500 funcionários, o que automaticamente excluiu as consideradas grandes empresas (Storey, 2003). A partir dos questionários respondidos, procedeu-se à tabulação das respostas no software IBM SPSS Statistics 21®, o qual disponibiliza diversos recursos estatísticos que auxiliam na análise dos resultados.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Tendo por base as respostas obtidas, o Quadro 2 apresenta o perfil das empresas que participaram da pesquisa, identificado a partir do agrupamento de quatro questões (19 a 22). Na primeira das perguntas foi solicitado que os respondentes indicassem se o ramo de atividade da empresa em que eles atuavam poderia ser enquadrado como indústria, comércio, serviço ou outro. Conforme pode ser verificado, quase a metade dos respondentes (45,7%) indicou atuar em empresa prestadora de serviços, seguido pelos que trabalham na indústria (37,1%).

Quadro 2 – Ramo de atividade

	Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Comércio	4	11,4	11,4	11,4
Indústria	13	37,1	37,1	48,6
Outra	2	5,7	5,7	54,3
Serviço	16	45,7	45,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fonte: Autores.

A questão seguinte buscava identificar o porte da empresa. Embora existam diversas maneiras de mensurar o tamanho da empresa, como faturamento e área construída, optou-se por questionar sobre a quantidade de funcionários, visto que essa seria uma informação que todos teriam condições de responder, independente do seu posicionamento dentro da organização.

Nesse aspecto, o que chama atenção é que as empresas se concentram em dois agrupamentos. Um deles é composto por empresas com mais de 100 empregados, o que representou 34,3% da amostra. Já o outro grupo, também representativo (28,6%), é de empresas com quadro funcional de 11 a 20 pessoas. O Quadro 3 apresenta os resultados.

Quadro 3 – Quantidade de empregados

	Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Até 10	5	14,3	14,3	14,3
De 11 a 20	10	28,6	28,6	42,9
De 21 a 50	4	11,4	11,4	54,3
De 51 a 100	4	11,4	11,4	65,7
Mais de 100	12	34,3	34,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fonte: Autores.

Na terceira questão, os respondentes deveriam informar se a empresa participava ou não de algum programa de gestão ambiental. Nessa pergunta havia três possibilidades de resposta. A primeira informava que a empresa não participava de nenhum programa formalizado. A segunda

alternativa informava positivamente a utilização do programa ISO 14.001 e a terceira permitia a indicação de um outro sistema ambiental diferente daquele.

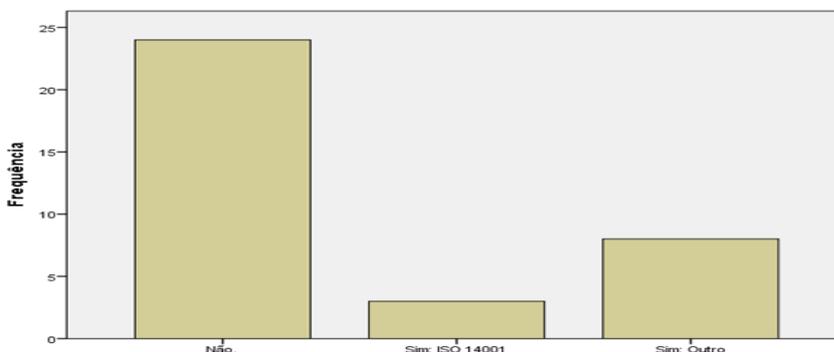
De acordo com o exposto na Figura 1, dentre as 35 empresas pesquisadas, 24 não têm um



sistema de gestão implantado, o que representa 68,6%. Nas 11 empresas restantes existe um

sistema formalizado, sendo que em apenas 3 delas (8,6%) esse sistema é o ISO 14.001.

Figura 1 – Programa de gestão ambiental implantado



Fonte: Autores.

Destaca-se o fato de que, ao se analisar as 13 indústrias participantes da pesquisa, mais da metade delas (7) não tem um sistema de gestão ambiental formalizado (Quadro 4). Cabe ressaltar

que é nos ambientes fabris que normalmente existem atividades que mais contribuem para a degradação do meio ambiente.

Quadro 4 – Programa de gestão ambiental por ramo de atividade

		perfil_programa_gestão_ambiental			Total
		Não.	Sim: ISO 14001	Sim: Outro	
perfil_ind_com_serv	Comércio	3	0	1	4
	Indústria	7	3	3	13
	Outra	1	0	1	2
	Serviço	13	0	3	16
Total		24	3	8	35

Fonte: Autores.

A última das questões relativas ao perfil da empresa teve a intenção de descobrir a idade da empresa, ou seja, há quanto tempo ela estava no mercado. Essa questão, onde deveria ser escolhida uma dentre as cinco alternativas, foi elaborada com base nos anos em que ocorreram grandes eventos

mundiais relacionados ao meio ambiente, todos eles encabeçados pela Organização das Nações Unidas (ONU). O objetivo dessa questão era identificar se a época de fundação da empresa coincidia com algum desses eventos, explicados no Quadro 5

Quadro 5 – Grandes eventos mundiais sobre questões ambientais

Ano	Evento	Objetivo	Fonte
1972	Conferência de Estocolmo	Compatibilizar o desenvolvimento com a proteção do meio ambiente a partir do conceito de “ecodesenvolvimento”.	Herrero (2001)
1992	Rio 92	Estabelecer uma série de pressupostos que nortearam as ações de Estados em suas ações de combate às alterações climáticas.	Feldmann e Furriela (2001)
1997	Protocolo de Kioto	Deliberar que os países desenvolvidos são obrigados a reduzir suas emissões coletivas de seis gases de efeito estufa em pelo menos 5% em relação aos níveis de 1990, para o período entre 2008-2012.	Feldmann e Furriela (2001)
2009	Copenhague COP 15	Intensificar esforços para garantir que a temperatura média do planeta não aumente mais de 2 °C.	Gamba e Ribeiro (2013)

Fonte: elaborado pelos autores.



Analisando as respostas deste item, percebe-se que quase a metade das empresas pesquisadas (48,6%) foram fundadas entre 1972 e 1992, ou seja, entre a conferência de Estocolmo e a Rio 92. Merece atenção o fato de que todas as empresas pesquisadas foram fundadas até 2009,

pois nenhum respondente marcou a opção “depois de 2009”, que era a última das cinco alternativas. Assim, pelo fato de não ter tido nenhuma resposta, essa alternativa foi suprimida do Quadro 6, que apresenta detalhadamente as respostas.

Quadro 6 – Fundação da empresa

	Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Antes de 1972	7	20,0	20,0	20,0
De 1972 a 1992	17	48,6	48,6	68,6
De 1993 a 1997	7	20,0	20,0	88,6
De 1998 a 2009	4	11,4	11,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

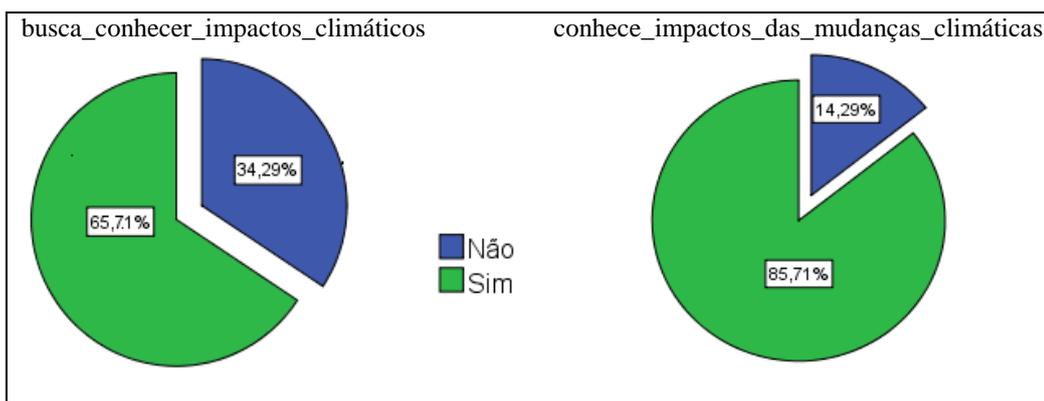
Fonte: Autores.

Encerradas as tabulações e análises acerca do perfil das empresas, partiu-se para a identificação e a análise de suas iniciativas e práticas ambientais. Como já visto no tópico da metodologia, para identificá-las foram elaboradas 18 questões, cujas alternativas consistiam na escolha de “sim” ou “não”. Para facilitar a análise, algumas questões foram analisadas em conjunto, visto que tratavam de aspectos semelhantes.

As duas primeiras questões (1 e 2) referiam-se ao conhecimento, por parte da empresa, acerca dos impactos causados pelas mudanças

climáticas, tanto no negócio como no setor ou região em que atua. Na primeira, os respondentes foram questionados: “A empresa busca conhecer os possíveis impactos das mudanças climáticas para seu negócio?” Já na segunda, a pergunta foi: “A empresa possui conhecimento relativo aos impactos das mudanças climáticas sobre o setor ou região em que atua?” As respostas resumidas estão apresentadas na Figura 2, identificadas sequencialmente por “busca conhecer impactos climáticos” e “conhece impactos das mudanças climáticas”.

Figura 2 – Conhecimento sobre impactos das mudanças climáticas



Fonte: Autores

Percebe-se que em ambas as questões prevaleceram as respostas afirmativas, com 65% e 85% de frequência, respectivamente. Isso indica que as empresas buscam conhecer os impactos tanto em relação aos efeitos que as mudanças climáticas poderão ter sobre o seu negócio, bem como sobre

os reflexos dessas mudanças no setor e região em que atua.

A terceira pergunta questionava se a empresa participava ativamente de iniciativas ambientais. Conforme pode ser visto no Quadro 7, a quantidade de respostas negativas e afirmativas foi muito semelhante, com uma leve tendência para as



últimas, ou seja, dos 35 respondentes, 18 afirmaram que suas empresas participam ativamente de iniciativas ambientais. Ao se fazer um comparativo das respostas dessa questão com o perfil das empresas, destaca-se que um dos respondentes,

embora tenha afirmado ter em sua empresa um sistema de gestão ambiental implantado e formalizado, afirma não perceber a participação ativa da mesma neste tipo de iniciativa.

Quadro 7 – Participação em iniciativas ambientais

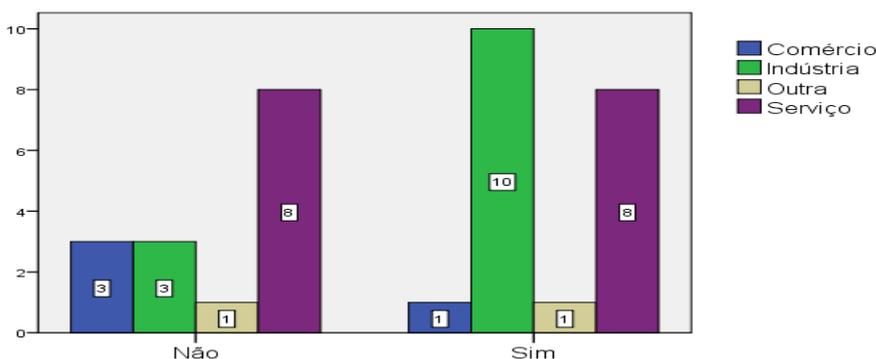
		perfil_programa_gestão_ambiental			Total
		Não.	Sim: ISO 14001	Sim: Outro	
participa_de_iniciativas_ambientais	Não	16	0	1	17
	Sim	8	3	7	18
Total		24	3	8	35

Fonte: Autores.

Na pergunta de número 4, os respondentes foram questionados: “A empresa busca as iniciativas do poder público que estão relacionadas à sua estratégia?” Nesse item, 20 das 35 respostas (57%) indicaram que as empresas buscam, de fato, fazer o alinhamento da sua estratégia com as

iniciativas do poder público voltadas à questão ambiental. Na Figura 3, que apresenta as respostas, pode-se perceber ainda que, dentre aquelas que responderam afirmativamente, existe uma prevalência das empresas do ramo industrial (50%).

Figura 3 – Alinhamento das estratégias com iniciativas do poder público



Fonte: Autores.

A quinta questão a ser respondida questionava se a empresa agia com celeridade e adequava-se rapidamente a novos acordos e regras ambientais, quando entravam em vigor. De acordo com o Quadro 8, dos 35 respondentes, um total de 32 (91%) afirmou que suas empresas agiam com rapidez para se adequar a novos acordos, legislação

e regras ambientais. Ao fazer um cruzamento desse item com o perfil das empresas, merece destaque o fato de que uma das empresas, mesmo tendo um sistema de gestão ambiental formalizado e implantado, diz não fazer essa adequação rapidamente.

Quadro 8 – Adequação as iniciativas ambientais

		perfil_programa_gestão_ambiental			Total
		Não.	Sim: ISO 14001	Sim: Outro	
adequa_rapidamente_novas_regras	Não	2	0	1	3
	Sim	22	3	7	32
Total		24	3	8	35

Fonte: Autores.



As três questões seguintes visavam reunir informações acerca de aspectos relativos à poluição. As duas primeiras remetiam à prevenção da poluição na empresa e a última à comunicação

existente entre a empresa e a comunidade. O Quadro 9 apresenta uma síntese das respostas obtidas.

Quadro 9 – Aspectos relativos à poluição

Nº	Pergunta	Resultados				
			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
6	A empresa possui iniciativas ou ações de prevenção à poluição, com foco nos 3R (reduzir, reutilizar e reciclar) ou semelhante?	Valid Não	8	22,9	22,9	22,9
		Sim	27	77,1	77,1	100,0
		Total	35	100,0	100,0	
7	A empresa realiza campanhas internas visando capacitar seus empregados em relação à poluição e sua prevenção?	Valid Não	14	40,0	40,0	40,0
		Sim	21	60,0	60,0	100,0
		Total	35	100,0	100,0	
8	A empresa possui um canal de comunicação informal para a comunidade com relação a questões de ruídos, poeira, odores e outros?	Valid Não	29	82,9	82,9	82,9
		Sim	6	17,1	17,1	100,0
		Total	35	100,0	100,0	

Fonte: Autores.

Quando analisadas as respostas das questões 6 e 7, percebe-se que as empresas, na sua maioria, têm ações internas e realizam campanhas de redução, reutilização e reciclagem dos resíduos gerados. Entretanto, quando se observa as respostas obtidas na oitava questão, percebe-se que apenas 17% delas contam com um canal de comunicação informal com a comunidade, sugerindo que as empresas, mesmo tendo iniciativas ambientalmente corretas, não divulgam essas ações à comunidade.

A questão de número 9 indagava: “A empresa realiza campanhas com empregados, por exemplo, de redução de impressões, reutilização

dos copos descartáveis e outros, visando à redução do consumo de materiais?” Nesse item, aproximadamente 71% dos respondentes disseram que sim, ou seja, informaram que as empresas realizam campanhas nesse sentido. Ainda em relação a esse aspecto, mesmo naquelas empresas em que não existe um sistema de gestão ambiental formalizado, existe essa preocupação. Essa afirmação pode ser percebida no Quadro 10, onde se verifica que, das 24 empresas enquadradas nessa situação, 14 responderam de forma afirmativa, o que equivale a pouco mais de 58%.

Quadro 10 – Campanhas para redução do consumo de materiais

		perfil_programa_gestão_ambiental			Total
		Não.	Sim: ISO 14001	Sim: Outro	
realiza_campanhas_redução_impressões	Não	10	0	0	10
	Sim	14	3	8	25
Total		24	3	8	35

Fonte: Autores.

Na décima questão, os respondentes eram inquiridos se a empresa realizava coleta seletiva de resíduos em algumas unidades ou áreas da empresa, por exemplo, na área administrativa. Conforme pode ser verificado no Quadro 11, de um total de 35 respondentes, 26 disseram que essa é uma prática presente em suas empresas.

Quando se faz uma correlação das respostas com a data de fundação da empresa, o que chama atenção é o fato de que as empresas mais

antigas são as que mais manifestam essa prática. Por exemplo, se agrupadas as empresas com data de fundação até o ano de 1997, chega-se a um percentual de 80% em que se identificou a prática da coleta seletiva de resíduos. Quando da análise das empresas fundadas antes de 1972 (20% do total de empresas estudadas), este percentual de prática da coleta seletiva sobe para 100%.



Quadro 11 – Realização de coleta seletiva de resíduos

		perfil_fundação_da_empresa				Total
		Antes de 1972	De 1972 a 1992	De 1993 a 1997	De 1998 a 2009	
realiza_coleta_seletiva	Não	0	4	2	3	9
	Sim	7	13	5	1	26
Total		7	17	7	4	35

Fonte: Autores.

A redução do consumo de água era o foco das questões 11 e 12. A primeira delas perguntava se a empresa costumava realizar campanhas com empregados que visassem à diminuição no consumo de água, e a outra, se a empresa realizava ações em algumas de suas unidades/áreas, por exemplo na área administrativa, instalando torneiras com temporizadores, dentre outros.

Conforme pode ser verificado no Quadro 12, em ambas as questões prevaleceram as respostas negativas, representando mais do que

60% do total de empresas participantes. Isso sugere que as práticas para conscientização da redução do consumo de água ainda não fazem parte do cotidiano da maioria dessas empresas. Além disso, identificou-se que as três empresas que disseram realizar campanhas para a redução no consumo da água, responderam também não utilizar equipamentos básicos que efetivamente reduzam o consumo e o desperdício, como é o caso das torneiras com temporizadores.

Quadro 12 – Redução no consumo de água

		realiza_ações_uso_torneiras_temporizadores_		Total
		Não	Sim	
realiza_campanhas_diminuição_consumo_água	Não	18	4	22
	Sim	3	10	13
Total		21	14	35

Fonte: Autores.

As questões 13 e 14, por sua vez, indagavam sobre o consumo de energia na empresa. Foi perguntado se a empresa desenvolve campanhas com empregados para reduzir o consumo de energia, e se há ações em algumas de suas unidades/áreas com o objetivo de reconhecer

oportunidades de redução de consumo de energia. Conforme pode ser verificado no Quadro 13, as campanhas para redução de energia são realizadas em 60% das empresas pesquisadas, enquanto que aproximadamente 54% têm, efetivamente, ações nesse sentido.

Quadro 13 – Redução no consumo de energia

		realiza_ações_redução_energia		Total
		Não	Sim	
desenvolve_campanhas_redução_energia	Não	12	2	14
	Sim	4	17	21
Total		16	19	35

Fonte: Autores.

As duas questões seguintes eram relativas às iniciativas ambientais das empresas dirigidas a seus empregados. Na pergunta 15, foi questionado se a empresa promovia treinamento aos empregados sobre educação ambiental, buscando maior engajamento e conscientização do público interno. Nesse item, identificou-se que em apenas 40% das empresas existe a prática. Um dado interessante nessa questão é o fato de que, das 11 empresas que têm um sistema de gestão ambiental formalizado,

em 3 delas não há treinamento interno com os funcionários em termos de educação ambiental.

Um dos respondentes manifestou-se ao final do questionário, dizendo que em sua empresa essas práticas são recorrentes e, inclusive, os próprios empregados contribuem com ideias para a otimização de recursos energéticos. Ao citar uma situação implementada com sucesso em sua empresa, complementou:



[...] e partir daí consolidou mais ainda a questão ambiental na empresa, traçando estratégias para todas as áreas onde é um trabalho que está engatinhando, mas já dando resultados positivos para ela.

A outra questão relativa ao envolvimento dos empregados com as questões ambientais era a seguinte: “A empresa possui programas contínuos

de capacitação dos empregados no tema da questão ambiental?” De acordo com os resultados, mais de 70% das empresas não têm essa prática, e deve ser destacado que das 11 empresas com menos de 20 anos desde a fundação, em apenas uma delas identificou-se esse tipo de atividade. O Quadro 14 resume os resultados.

Quadro 14 – Redução no consumo de energia

		perfil_fundação_da_empresa				Total
		Antes de 1972	De 1972 a 1992	De 1993 a 1997	De 1998 a 2009	
possui_programas_contínuos_ questão_ambiental	Não	3	12	6	4	25
	Sim	4	5	1	0	10
Total		7	17	7	4	35

Fonte: Autores.

A décima sétima pergunta do questionário buscava identificar se a empresa já mapeou e/ou contactou parceiros para destinar seus resíduos de produtos, como cooperativas de catadores ou outras empresas de processamento de resíduos, e se já buscou identificar necessidades para desenvolver essas parcerias. Nesse item, quase dois terços dos respondentes responderam que suas empresas já tomaram essa iniciativa. Um dos respondentes, ao final do questionário, complementou:

Nossa empresa trabalha no ramo do comércio [...] onde a empresa tinha o problema com o que fazer com o resíduo ou esterco da galinha. Realizando várias pesquisas, juntamente com outra empresa aqui da região, conseguiu desenvolver um gás para abastecer nossos veículos.

Por fim, a última pergunta do questionário era: “A empresa participa ativamente de reuniões ou grupos de trabalho no nível setorial ou nas diferentes esferas políticas que tratam do tema e buscam soluções práticas para o setor?” Nessa questão, identificou-se que menos de um terço (31,4%) das empresas adotam essa prática, o que indica que ainda são muito poucos os momentos de discussão na busca de práticas mais sustentáveis fora dos limites da empresa, ou seja, no nível setorial.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ficou evidente que na percepção dos respondentes, as empresas pesquisadas indicam que procuram um alinhamento entre suas estratégias e as iniciativas que o poder público adota em relação à questão ambiental. Ainda, quando questionados se eles agiam rapidamente para adequar-se a novos acordos e regras ambientais, tais como novas legislações, quase a totalidade deles respondeu afirmativamente.

Em termos de poluição ambiental, grande parte das empresas tem ações internas e realizam campanhas buscando reduzir, reutilizar e reciclar os poluentes que foram gerados. Porém, ao mesmo tempo, percebe-se que as empresas não estão preocupadas em utilizar canais de comunicação informais para fazer com que a comunidade tome conhecimento dessas iniciativas e práticas, ou seja, mesmo as empresas propondo/ executando iniciativas ambientalmente corretas, elas não estão divulgando as ações à comunidade, o que, segundo Paiva (2003), poderia reforçar a manutenção de clientes e também atrair novos mercados consumidores caso fosse feito.

A preocupação com a redução do consumo de materiais também foi uma prática explicitada pelas empresas pesquisadas. Mesmo naquelas em que não existe um sistema de gestão ambiental formalizado, foram identificadas campanhas com os empregados para economia de materiais, como na redução de impressões e no uso de copos descartáveis. Além disso, a coleta seletiva também foi uma prática destacada pela maioria das empresas.

Merece atenção o fato de as empresas ainda não se preocuparem com a economia no consumo de água, o que pode ser fundamentado pelo fato de poucas delas realizarem campanhas com empregados para reduzir o consumo. Ainda, em menos de 50% das empresas da amostra são realizadas ações que efetivamente podem contribuir nesse sentido, por exemplo a instalação de torneiras com temporizadores, que evitam o consumo e o desperdício.

Quando o foco é o consumo de energia, os resultados diferem dos anteriores, visto que tanto as campanhas internas quanto as ações efetivas de economia e redução do desperdício são recorrentes na maioria das empresas pesquisadas.



Em menos da metade das empresas que participaram da pesquisa, são realizados treinamentos aos funcionários de educação ambiental, cujo objetivo auxiliaria na busca de um maior engajamento e conscientização do público interno. Destaca-se ainda o fato de que essa prática não ter sido identificada em algumas das empresas que, inclusive, informaram ter um sistema de gestão ambiental implantado.

Finalmente, ficou evidenciado na pesquisa que grande parte das empresas já mapeou ou fez contatos com parceiros para destinar seus resíduos de produtos ou, pelo menos, já identificou a necessidade de trabalhar junto a eles. Vale destacar ainda que poucas empresas participam ativamente de reuniões, ou grupos de trabalho em nível setorial para tratar da questão ambiental e buscar soluções práticas para o setor ou segmento em que atuam.

Cada vez mais, a sociedade precisa estar consciente de que a utilização dos recursos naturais de maneira inadequada acelera a degradação do meio ambiente no qual vive. Há a necessidade do engajamento de todos – indivíduos, poder público, organizações não governamentais e empresas – na busca de práticas de gestão ambiental que permitam interferir o menos possível na qualidade dos recursos naturais.

No presente estudo, buscou-se analisar as iniciativas e práticas ambientais adotadas por um grupo de empresas estabelecidas no Vale do Caí, no Rio Grande do Sul. Para atingir o objetivo da pesquisa, realizou-se uma *survey* com um questionário de múltipla escolha baseado no relatório “Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis”, que é uma ferramenta de gestão que busca apoiar as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial nas estratégias de negócio (Ethos, 2013).

As empresas pesquisadas, em sua maioria, foram fundadas entre 1972 e 1992 (48,6%), são prestadoras de serviço (45,7%) e têm mais de 100 empregados em seu quadro funcional (34,3%). Além disso, a maioria delas (68,6%) informa não ter nenhum sistema de gestão ambiental implantado e formalizado.

Os resultados encontrados indicam que quase a totalidade das empresas conhecem, ou buscam conhecer, os impactos que as mudanças climáticas podem ocasionar tanto na sua empresa quanto na região em que atuam. Ou seja, existe uma preocupação das empresas em relação aos efeitos que as mudanças climáticas podem ter sobre o seu negócio e sobre os reflexos dessas mudanças no meio ambiente. Entretanto, quando questionadas se participavam ativamente de iniciativas e práticas ambientais, quase a metade respondeu negativamente.

Quanto às limitações deste estudo, é importante ressaltar que se trata de uma pesquisa respondida por alunos de graduação, que atuam nas empresas da amostra em diferentes setores e, dessa forma, é possível que as informações tenham sido dadas sob diferentes pontos de vista. Ressalta-se ainda que, se o direcionamento dos questionários fosse para os gestores dessas empresas, os resultados também poderiam ser diferentes. Além disso, é importante destacar que as análises realizadas mapeiam o grupo de empresas da amostra, não sendo possível, a partir dos resultados tabulados, fazer inferência a outras empresas que não participaram da pesquisa.

Como sugestões de pesquisas futuras, o mesmo instrumento poderia ser usado em outras regiões do país ou, inclusive, fora dele, e depois comparar os resultados. Ainda, poderia ser realizada uma pesquisa na mesma região, porém valendo-se de outro instrumento de pesquisa, ou outros procedimentos metodológicos, a fim de estabelecer relações comparativas entre os resultados.

REFERÊNCIAS

- Albertini, E. (2014). A descriptive analysis of environmental disclosure: a longitudinal study of French companies. *Journal of Business Ethics*, 121(2), 233-254.
- Bachmann, R. K. B., Carneiro, L. M. & Espejo M. M.S. B. (2013). Evidenciação de informações ambientais: proposta de um indicador a partir da percepção de especialistas. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 17, 36-47.
- Barros, A. & Leheld, N. A. S. (2007). *Fundamentos de metodologia científica*. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Betts, T. K., Wiengarten, F. & Tadisina, S. K. (2015). Exploring the impact of stakeholder pressure on environmental management strategies at the plant level: what does industry have to do with it? *Journal of Cleaner Production*, 92, 282-294.
- Bispo, C. A. F. & Cazarini, E. W. (2006). Avaliação qualitativa paraconsistente do processo de implantação de um sistema de gestão ambiental. *Revista Gestão e Produção*, 13(1), 117-127, jan.- abr.
- Borba, J. A. & Rover, S. (2006). *A evidenciação das informações ambientais nas demonstrações contábeis das empresas que atuam no Brasil e*



- que negociam na bolsa de valores dos Estados Unidos: uma análise das DFP's (CVM) e do relatório 20-F (SEC). Congresso USP de Contabilidade e Controladoria. São Paulo.
- Cintra, Y. C. (2011). *A integração da sustentabilidade às práticas de controle gerencial das empresas no Brasil*. Tese Doutorado em Controladoria e Contabilidade. Universidade de São Paulo, São Paulo.
- CODEVARC – Conselho Regional de Desenvolvimento do Vale do Caí. (2010). *Planejamento estratégico regional do Vale do Caí*. São Sebastião do Caí, RS: [s.n].
- Cooper, D. R.; & Schindler, P. S. (2003). *Métodos de pesquisa em administração*. 7. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Daroit, D. & Nascimento, L. F. (2000). *A busca da qualidade ambiental como incentivo à produção de inovações*. In: Encontro Anual da Anpad, 24, 2000, Florianópolis. Anais... Florianópolis: ANPAD.
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures: a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 15(3), 282-311.
- Delmas, M.; Toffel, M. W. (2004). Stakeholders and environmental management practices: an institutional framework. *Business Strategy and the Environment*, [S.l.], 13(4), 209-222.
- Donaire, D. (1999) *Gestão ambiental na empresa*. 2. ed. São Paulo: Atlas
- Eckert, A. (2013) *Teoria da contabilidade*. 2. ed. São Paulo: Edipro.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: the triple bottom line of 21' century business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37-51.
- Ethos, Instituto. (2013) *Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis*. Retrieved from: <<http://www3.ethos.org.br/conteudo/iniciativas/indicadores/#.Uk8YIIPjGKs>> Acesso em: 04 out. 2013.
- FEE – Fundação de Economia e Estatística do RS (2011). - *Corede Vale do Caí*. Retrieved from: http://www.fee.tcche.br/sitefee/pt/content/resumo/pg_coredes_detalhe.php?corede=Vale+do+Ca+ED> Acesso em: 24 out. 2013.
- Feldmann, F. J. & Furriela, R. B. Los cambios climáticos globales y el desafío de la ciudadanía planetária. *Acta Bioethica*, ano VII, (2), 2001.
- Ferreira, M. C. (2013). Gestão ambiental: um estudo em empresas do setor sucroalcooleiro em Goiás. *RPCA – Revista do Pensamento Contemporâneo em Administração*. 7(3), 59-80, jul./set.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: realizing value from the corporate image*. Boston: Harvard Business Press.
- Gamba, C & Ribeiro, W. C. (2013). A encruzilhada brasileira na ordem ambiental internacional das mudanças climáticas. *Revista Estudos Avançados*, 27(78). DOI: S0103-40142013000200012.
- Herrero, L. M. J. (2001). *Desarrollo sostenible y economía ecológica: integración medio ambiente-desarrollo y economía-ecología*. Madrid-España: Síntesis.
- Hubbard, G. (2009). Measuring organizational performance: beyond the triple bottom line. *Business Strategy and the Environment*, 19, 177-191.
- Hunt, C. B. & Auster, E. R. (1990). Proactive environmental management: avoiding the toxic trap. *Sloan Management Review*, EUA: Putnam, Hayes & Bartlett, Winter
- Lewis, B. W., Walls, J. L. & Dowell, G. W. (2014). Difference in degrees: CEO characteristics and firm environmental disclosure. *Strategic Management Journal*, 35(5), 712-722.
- Lima Filho, R. N., Bruni, A. L. & Gomes, S.M.S. (2013). A compreensão dos estudantes sobre o conceito de Passivo Ambiental: um estudo nos cursos de Ciências Contábeis em Salvador – BA. *Revista do Pensamento Contemporâneo em Administração*, 7(1), 108-121, jan./mar. Rio de Janeiro.
- Martendal, A., Vieira, E.M. F., Uhlmann, V.O. & Pfitscher, E. D. (2013). Contabilidade ambiental: nível de conhecimento dos profissionais contábeis da grande Florianópolis. *Enfoque Reflexão Contábil*, 32(1), 29-47, janeiro/abril.
- May, T. (2004) *Pesquisa social: questões, métodos e processos*. , 3.ed. Porto Alegre: Artmed.



- Moreno, E. & Pol, E. (1999). *Nociones psicossociales para la intervención y la gestión ambiental*. Monografies Socio/Ambientals, 14. Barcelona: Publicacions Universitat de Barcelona.
- Nossa, V. (2002). *Disclosure ambiental: uma análise do conteúdo dos relatórios ambientais de empresas do setor de papel e celulose em nível internacional*. Tese Doutorado em Controladoria e Contabilidade. Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Oliveira, A. B. S. (2011). *Métodos da pesquisa contábil*. São Paulo: Atlas.
- Paiva, P.R. (2003). *Contabilidade ambiental: evidenciação dos gastos ambientais com transparência e focada na prevenção*. São Paulo: Atlas.
- Pol, E. (2003). A gestão ambiental, novo desafio para a psicologia do desenvolvimento sustentável. *Estudos de Psicologia*, 8(2), 235-243.
- Richardson, R. J. (1989). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Rohrich, S.S. & Cunha, J.C. (2004). A proposição de uma taxonomia para análise da gestão ambiental no Brasil. *RAC*, 8(4), 81-97, out./dez.
- Santos, P.M.F. & Porto, R.B. (2013). A gestão ambiental como fonte de vantagem competitiva sustentável: contribuições da visão baseada em recursos e da teoria institucional. *Revista de Ciências da Administração*, 15(35).
- Schaltegger, S., Benett, M. & Burritt, R. (eds.). (2006). *Sustainability, accounting and reporting*. Dordrecht: Springer.
- Severo, L.S. & Pedrozo, E.A. (2008). A citricultura orgânica na região do Vale do Caí (RS): racionalidade substantiva ou instrumental? *RAM – Revista de Administração Mackenzie*, 9(2), Abr. São Paulo.
- Silva, J.C.T., Silva, M.S.T. & Manfrinato, J. W. S. (2005). Correlação entre gestão da tecnologia e gestão ambiental nas empresas. *Revista Produção*, 15(2), 198-220, maio/ago.
- Storey, D. J. (2003). Entrepreneurship, small and medium sized enterprises and public policies. In: Audretsch, D.B.; Acs, Z.J. (Eds). *Handbook of Entrepreneurship Research*, 473-511. Kluwer Academic Publishers. Boston: MA.
- Tinoco, J. E. P. & Robles, L.T. (2006). A contabilidade da gestão ambiental e sua dimensão para a transparência empresarial: estudo de caso de quatro empresas brasileiras com atuação global. *RAP*, 40(6), 1077-96, nov./dez. Rio de Janeiro.
- UCS – Universidade de Caxias do Sul. (2013). - *Instituto de Materiais Cerâmicos é referência no setor*. Retrieved from: <http://www.ucs.br/site/ucs/tp1Noticias/noticias/1330976523/>. Acesso em: 24 nov. 2013.
- Viegas, C. & Fracasso, E. M. (1998). Capacidade tecnológica e gestão de resíduos em empresas de calçados do Vale dos Sinos: estudo de dois casos. *Revista de Administração Contemporânea*, 2(2), 41-62, maio/ago. Curitiba.