



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
**CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS**  
**COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**  
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.  
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



**O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO CENÁRIO PICOENSE: O PAPEL DO GOVERNO, DAS EMPRESAS E DA SOCIEDADE**

Sustainable Development in Picoense Scenario: The Role of Government, Companies and Society

**Geovânio Araújo Moura**  
Graduando de Administração  
geovani.araujo67@hotmail.com  
UFPI

**José Lafaete da Silva Júnior**  
Graduando de Administração  
lafaeteb22@hotmail.com  
UFPI

**Liliane Araújo Pinto**  
Mestre em Administração e Controladoria pela UFC  
lilianeufpi.edu.br  
Professora da Universidade Federal do Piauí-CSHNB



**FICHA CATALOGRÁFICA**  
**Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí**  
**Biblioteca José Albano de Macêdo**

**M929d** Moura, Geovânio Araújo

O desenvolvimento sustentável no cenário picoense: o papel do governo, das empresas e da sociedade / Geovânio Araújo Moura, José Lafaete da Silva Júnior– 2018.

CD-ROM : il.; 4 ¾ pol. (24 f.)

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2018.

Orientador(A): Profª. Ma. Liliane Araújo Pinto

1. Desenvolvimento Sustentável. 2. Administração-Meio Ambiente. I. Silva Júnior, José Lafaete da. II. Título.

**CDD 658.408**



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.  
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA  
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

GEOVÂNIO ARAUJO MOURA  
JOSÉ LAFAETE DA SILVA JÚNIOR

O Desenvolvimento Sustentável no Cenário Picoense: O papel das empresas, do governo e da sociedade.

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

- Aprovado(a)**  
 **Aprovado(a) com restrições**

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 29 de junho de 2018.

Liliane Araújo Pinto

Prof<sup>a</sup>. Ma. Liliane Araújo Pinto (Orientadora).

Renata Tomaz Cunha de Souza

Prof<sup>a</sup>. Esp. Renata Tomaz Cunha de Souza

Ivana Teresa da Rocha Martins Leal

Prof<sup>a</sup>. Ma. Ivana Teresa da Rocha Martins Leal.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
**CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS**  
**CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**



**O Desenvolvimento Sustentável no Cenário Picoense: O Papel do Governo, das Empresas e da Sociedade**

Geovânio Araújo Moura<sup>1</sup>  
 José Lafaete Da Silva Júnior<sup>2</sup>  
 Liliane Araújo Pinto<sup>3</sup>

**RESUMO:** Com a crise pela qual o Brasil vem passando, o mercado econômico tem que passar por transformações para se adequar à nova realidade. A preocupação com a questão ambiental tem levado o setor produtivo a buscar oportunidades de negócios a partir de inovações voltadas para o desenvolvimento sustentável. O presente artigo tem como objetivo explicitar as práticas sustentáveis implementadas na cidade Picos. Ademais, discutir os impactos social, econômico de uma produção sustentável de empresas picoenses. Metodologicamente, para a realização desse trabalho foram feitas pesquisas de campo com uma abordagem qualitativa. O crescente aumento da população em áreas urbanas, atrelado à elevação dos níveis de produção e do consumismo e à falta de consciência de governos, empresas e cidadãos civis são aspectos que intensificam a geração de resíduos e a propagação de lixões. Indiscutivelmente temos visto a degradação do meio ambiente por conta da ação do homem, então, foi preciso conscientizar o ser humano disso, já que somos os principais culpados. O governo e as secretarias são os principais intermediários para a implantação desses projetos sustentáveis.

**Palavras-chaves:** Desenvolvimento Sustentável. Administração. Meio Ambiente

**ABSTRACT:** With the crisis that Brazil has been going through, the economic market has to undergo transformations to suit the new reality. Concern about the environmental issue has led the productive sector to seek business opportunities from innovations aimed at sustainable development. This article aims to explain the sustainable practices implemented in Picos city. In addition, to discuss the social and economic impacts of a sustainable production of picoenses companies. Methodologically, for the accomplishment of this work were made field research with a qualitative approach. The increasing population growth in urban areas, coupled with rising levels of production and consumerism and the lack of awareness of governments, businesses and civilians are all aspects that intensify the generation of waste and the spread of dumps. Undoubtedly we have seen the degradation of the environment by the action of man, so it was necessary to make the human being aware of it, since we are the main culprits. The government and the secretariats are the main intermediaries for the implementation of these sustainable projects.

**Keywords:** Sustainable Development. Administration. Environment

<sup>1</sup> graduando em Administração pela UFPI;

<sup>2</sup> graduando em Administração pela UFPI;

<sup>3</sup> Professora da UFPI, Mestre em Administração e Controladoria pela UFC, orientadora.

## 1 Introdução

Temas relacionados ao desenvolvimento sustentável têm sido constantemente abordados pelos mais diversos setores da sociedade (CHAMBERS; SIMMONS; WACKERNAGEL, 2000). Este fato ocorre como consequência do fortalecimento da consciência sobre o meio ambiente, a cada dia mais ameaçado por um modelo de desenvolvimento industrial, que se caracteriza pela super exploração dos recursos naturais, pelo consumo em massa e pela geração de resíduos, um quadro que se agrava pelo crescimento da população mundial e das terríveis desigualdades sociais. Tudo isso contribui para uma emergente preocupação com o futuro do planeta.

Trata-se de um debate relativamente recente, que talvez tenha sua origem na constatação da crescente dificuldade em se obter os necessários recursos naturais e pelo excesso de contaminação a qual grande parte do planeta está submetido. Os grandes fóruns mundiais que, desde a década de 1970, discutem a problemática ambiental, têm contribuído para a criação de políticas que tentam eliminar, ou, ao menos, minimizar os impactos ao ambiente. O objetivo destas políticas é, por intermédio de medidas muitas vezes drásticas, impedir que os ecossistemas sejam ainda mais abalados pela exploração desenfreada.

O Brasil enfrenta um grave problema quanto aos cuidados com o meio ambiente, a preservação e a garantia de um ambiente limpo e saudável, que não foram tratados como prioridade pelo Estado. Embora estudos comprovem que há a necessidade de se adotarem medidas que assegurem a preservação e maior atenção quanto o aos resíduos produzidos pela população, pode-se ver que muitas empresas não se adequam nesses aspectos.

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2017), metade dos municípios brasileiros (50.8%) despejam os seus resíduos em lixões a céu aberto. No Brasil, são descartados todos os dias, cerca de 228.413 (duzentos e vinte e oito mil quatrocentos e treze) toneladas de lixo, sendo, desse total, 48.321 (quarenta e oito mil trezentos e vinte e uma) toneladas de resíduos jogados em vazadouros a céu aberto, o restante dos resíduos sólidos se destina aos aterros controlados, aterros sanitários, estações de compostagem, estações de triagem e incineração. No Piauí, são descartados por dia, cerca de 2431,3 (duas mil quatrocentas e trinta e uma toneladas e trezentos quilos) toneladas de lixo, sendo 1243,8 (mil duzentas e quarenta e três toneladas e oitocentos quilos) descartados de forma irregular.

É da natureza que as empresas retiram suas matérias-primas para criar e fabricar produtos consumidos por nós, seres humanos. O grande desafio da economia é saber administrar os recursos escassos, de acordo com a capacidade de reposição do meio ambiente e as necessidades ilimitadas do ser humano (MENDES, 2007).

No decorrer do artigo, encontra-se o papel da empresa como protetor do meio ambiente, além do papel da sociedade para com o mesmo. O estilo contraditório do modo de produção capitalista de empresas, que “exercem” práticas sustentáveis e ao mesmo tempo fazem uso inadequado de recursos naturais “impondo a ambiental e social como ‘condição’ para sua auto reprodução” (RATTNER, 2010, p.102).

A responsabilidade social das empresas, aponta para a utilização das ações que tenham esse objetivo como instrumento de políticas públicas para o desenvolvimento socioeconômico sustentável. O tema da responsabilidade social das empresas vem ganhando mundialmente atenção nas discussões acadêmicas, governamentais e nas empresas, particularmente no âmbito dos reflexos sobre o desenvolvimento econômico.

A motivação do tema se deu pela busca de maior conscientização de segmentos da sociedade em relação à responsabilidade do empresariado na preservação do meio ambiente e dos direitos dos consumidores. Portanto, as empresas, além de gerarem riquezas, são agentes de transformações na sociedade. Tendo em vista o fim maior da ordem econômica brasileira, a

atividade econômica organizada perpassa a persecução do lucro, assumindo uma importante tarefa ao lado do Estado na promoção da justiça social. A responsabilidade social da empresa, oriunda da Administração de Empresas, reflete uma estratégia de negócios, essencial para a sua sobrevivência.

A problemática do presente trabalho gira em torno de que existem fatores que agridem e desfavorecem o meio ambiente da cidade de Picos – PI. Ocorre que, o município não possui nenhum planejamento quanto ao descarte de resíduos sólidos das empresas e ainda não tem projetos de incentivos fiscais para empresas que cumprem com o papel socioambiental, que é fundamental para qualquer empresa moderna. Ressalta-se que, o poder público municipal, não investe em uma coleta seletiva ou numa triagem do lixo produzido pelas empresas.

O surgimento de empresas preocupadas com as questões ambientais promoveu mudanças almejando a sustentabilidade, reorganizou seu processo produtivo e reaproveitou os resíduos gerados durante o mesmo, ou seja, adotou ações de uma produção limpa. Ademais, verificar as políticas públicas que auxiliam na produção limpa, incentivando as empresas a adotarem uma postura socioambiental. Para tanto, tal postura só trará melhores condições à sociedade e ajudará na manutenção e proteção do meio ambiente.

Com a crise pela qual o Brasil vem passando, o mercado econômico tem que passar por transformações para se adequar à nova realidade. A preocupação com a questão ambiental tem levado o setor produtivo a buscar oportunidades de negócios, a partir de inovações voltadas para o desenvolvimento sustentável.

O crescente aumento da população em áreas urbanas, atrelado à elevação dos níveis de produção, o consumismo, a falta de consciência de governos, empresas e cidadãos civis são aspectos que intensificam a geração de resíduos e a propagação de lixões. Indiscutivelmente, temos visto a degradação do meio ambiente por conta da ação do homem, então, foi preciso conscientizar o ser humano disso, já que somos os principais culpados.

O governo e as secretarias são os principais intermediários para a implantação desses projetos sustentáveis. O presente artigo tem como objetivo explicitar as práticas sustentáveis implementadas na cidade Picos. Ademais, discutir os impactos sociais e econômicos de uma produção sustentável nas empresas picoenses.

O presente trabalho, tomou como base um projeto de visita a empresa Léo Plástico, localizada na Rua Projetada 241, Nº 943, no Bairro Pantanal, na cidade de Picos – PI, empresa de reciclagem pioneira no estado, tal projeto procurou indagar quais seriam as fases do processo produtivo das empresas picoenses, tendo em vista o papel social destas empresas na reciclagem de plásticos e derivados. Ademais, o projeto inspirou a elaboração do presente trabalho, sendo fonte para a preocupação no setor produtivo na busca para o desenvolvimento sustentável.

Ressalta-se que, o estudo das atividades de uma empresa preocupada com a política socioambiental é fundamental para o crescimento da sociedade Picoense, no sentido de ampliar iniciativas para proteção ao meio ambiente, e, assim, só aumentará práticas positivas do setor público municipal, para a conscientização ambiental, incentivando a coleta seletiva e a triagem do lixo produzido pelas empresas e pela população. Portanto, este trabalho é de suma importância para o meio acadêmico, por contribuir com a literatura sobre gestão ambiental, dentro do desenvolvimento da cidade de Picos – PI.

## **2 Referencial Teórico**

### **2.1 Desenvolvimento sustentável**

A ideia de Desenvolvimento Sustentável surgiu no início da década de 1970, a partir do discurso dos movimentos ambientalistas e nas discussões sobre um tipo de desenvolvimento menos agressivo ao meio ambiente.

De acordo com Gilberto Montibeller (2004), este termo propagou-se inspirado na ideia de “ecodesenvolvimento”, uma concepção muito em voga na época. O ecodesenvolvimento, fruto dos trabalhos do economista Ignacy Sachs, criticava a visão economicista que não considera as questões sociais e ambientais, tinha foco apenas na produção e nas taxas de crescimento econômico (PIB – Produto Interno Bruto). Também coube ao ecodesenvolvimento refutar o antropocentrismo econômico, para o qual a natureza é apenas matéria prima para a produção de bens e defender um estilo de vida menos consumista.

O termo Desenvolvimento Sustentável foi apresentado como um novo paradigma na Conferência Mundial sobre Conservação e Desenvolvimento da União Internacional pela Conservação da Natureza (IUCN) em Ottawa, no ano de 1986. Em 1987, foi ratificado em um documento publicado pela Comissão Mundial Sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), sob o título “Nosso Futuro Comum”, também conhecido como Relatório Brundtland. O texto trata de um desenvolvimento capaz de “suprir as necessidades da geração presente sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprir as suas” (BRUNDTLAND, 1987, p.167). O referido relatório, conceitua o Desenvolvimento Sustentável buscando harmonizar o desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente:

O desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades. Ele contém dois conceitos-chaves: 1 – o conceito de “necessidades”, sobretudo as necessidades essenciais dos pobres do mundo, que devem receber a máxima prioridade; 2 – a noção das limitações que o estágio da tecnologia e da organização social impõe ao meio ambiente, impedindo-o de atender às necessidades presentes e futuras (CMMAD, 1998, p.46).

Desta definição, ainda se consta que o desenvolvimento sustentável é um processo de transformação, no qual a exploração de recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico, a compatibilidade entre desenvolvimento e preservação se harmonizam com as necessidades de gerações presentes e futuras (CMMAD, 1998, p.48).

Durante muitos anos a sociedade utilizava um modelo de desenvolvimento baseado apenas na elevação dos índices econômicos, considerando que as fontes de matérias-primas seriam inesgotáveis e que o planeta assimilaria os resíduos indefinidamente, além de que a geração de poluentes seria inevitável na produção de bens/serviços e que a tecnologia seria capaz de resolver todos os problemas surgidos a partir da aplicação desse modelo.

Surge a busca pelo novo paradigma de desenvolvimento, que este seja sustentável, buscando conciliar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental e, ainda, mantenha as boas relações sociais, ou seja, desenvolver em harmonia com as limitações ecológicas do planeta, para que as gerações futuras tenham a chance de existir e viver bem, de acordo com as suas necessidades.

O entendimento de um tema tão complexo, de numerosos conceitos, como o desenvolvimento sustentável, requer uma mudança de valores, ideologias, princípios éticos, além de um novo repensar acerca da amplitude de fatores que abrangem tal desenvolvimento. Segundo Barreto (2004), a ideia de sustentável indica algo capaz de ser suportável, duradouro e conservável, apresentando uma imagem de continuidade. Trata-se da emergência de um novo paradigma para orientação dos processos, de uma reavaliação dos relacionamentos da economia, da sociedade com a natureza e do Estado com a sociedade civil.

É relevante destacar que esse conceito de desenvolvimento sustentável é de fácil aceitação e apresenta-se muito eficiente em termo teórico, porém, de acordo com Franco

(2000), sua formulação parte de uma concepção sistêmica, abrangendo questões ambientais, tecnológicas, econômicas, culturais e políticas, sendo assim, apresenta uma grande complexidade em sua aplicação, haja vista que, fatores como a pobreza, a poluição, a tecnologia e as formas de vida estão presentes e exigem mudanças de comportamentos na forma de agir, pensar, produzir e de consumir da humanidade, bem como, a participação de todos os segmentos da sociedade para a implementação dessas mudanças.

Em suma, pode-se dizer que o desenvolvimento sustentável refere-se ao atendimento das necessidades das gerações atuais sem prejudicar as futuras. Entretanto, observa-se a partir desta conceituação, que há muitos desafios a serem vencidos, quer seja o Poder Público, das empresas e/ou da sociedade civil, a fim de se alcançar a sustentabilidade das relações homem *versus* meio ambiente.

## 2.2 Produção e consumo sustentáveis

Produção e consumo sustentáveis tratam de um questionamento global, aplicado para minimizar os impactos ambientais negativos dos sistemas de produção e de consumo e ao mesmo tempo em que promove melhor qualidade de vida para todos; na tentativa de estimular a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos e insumos; e fomentar a geração de trabalhos decentes e o comércio justo. Contribuindo ainda, para a conservação dos recursos naturais e dos ecossistemas, dissociando o crescimento econômico da degradação ambiental.

Com a transformação dos padrões de produção e consumo, essa mudança vem sendo ponto chave para a sociedade caminhar rumo ao desenvolvimento sustentável. O tema é de extrema relevância, merecendo destaque a menção do exame dos padrões insustentáveis de produção e consumo, desenvolvimento de políticas e estratégias nacionais de estímulo a mudanças nos padrões insustentáveis de consumo. Para mudar os padrões de produção, existem alguns modelos que estimulam a mudança, tais como, tecnologias limpas (prática de produção mais limpa); certificação de gestão ambiental – ISO 14001; análise de ciclo de vida do produto e rótulos ambientais.

Giansanti (1999) destaca que, a perspectiva do desenvolvimento sustentável leva ao questionamento do consumismo, visto que não existem meios para solucionar a escassez dos recursos sem mudar os hábitos e culturas de consumo. Nesse sentido, Lazzarini e Gunn (2002) afirmam que, é importante existir a relação de consumo de produtos ou serviços para atender às necessidades dos consumidores e o uso consciente dos recursos naturais necessários nesse consumo. Isto pode ser exemplificado através de matérias-primas e energia utilizadas na produção, capacidade do meio ambiente em absorver a poluição, lixo e resíduos gerados na produção e consumo do produto ou serviço.

Os direitos dos consumidores envolvem basicamente os atos de compra; cabe à sociedade desenvolver hábitos e práticas de consumo sustentáveis que contribuam com o meio ambiente e garantam as necessidades básicas. Observa-se, que tais atitudes não prevalecem entre grande parte dos consumidores, que praticam cada vez mais compras desnecessárias, sendo estas apenas por consumismo.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC, 2013), compreende que a política de consumo sustentável no Brasil está relacionada com a eliminação da pobreza, isto significa que se aumentar o patamar mínimo de consumo dos indivíduos que vivem abaixo do padrão de consumo, proporcionará uma vida mais digna e também estará mudando os padrões e níveis de consumo, evitando a concentração de renda e garantindo uma vida mais sustentável.

Produzir sustentavelmente significa ter produtos que depois de consumidos possam ser facilmente reaproveitados, tendo a reciclagem como uma forma para o reaproveitamento e o

tratamento de resíduos sólidos. Mas, antes de qualquer atitude, precisamos de uma produção mais eficiente, que utilize a matéria de maneira integral, sem desperdícios, e isso exigiria muito do produtor, não apenas um design inovador, mas também fontes alternativas de matéria-prima.

Os responsáveis diretos pela produção sustentável são as indústrias e o setor produtivo em geral. Entretanto, o poder público tem papel fundamental em uma produção sustentável, de forma indireta, aparecendo como regulamentador, podendo dar incentivos fiscais e financeiros para empresas que se adaptarem ao sistema de produção sustentável. Dentro desse conceito, é muito importante entender que sempre podemos melhorar o design de um produto, seja através de novos processos de produção, como através do aperfeiçoamento de tecnologias.

O consumo sustentável está diretamente ligado a três pilares importantes para o consumo: o consumidor, a sociedade civil e aliado a eles o poder público. Quanto ao comportamento do consumidor quando compra produtos correspondentes às suas necessidades básicas, deve escolhê-los reconhecendo os princípios de sustentabilidade do mesmo. Para que isso aconteça de forma natural é necessário haver uma campanha de educação ambiental em massa para a população. Seja nas escolas, nas associações, no trabalhos, enfim, em todos os lugares de aglomeração humana, trazendo neste ponto a responsabilidade para a sociedade civil. E, por fim, a responsabilidade do gestor público, aqui se dá em colocar à disposição e ao alcance da sociedade programas de educação ambiental adequados à todas as classes sociais e ao cidadão comum, em fazer uso do aprendizado sobre consumo sustentável.

Um dos maiores consumidores do país, com certeza, é o próprio governo brasileiro. O que se vê no Brasil ultimamente é uma grande adaptação do governo a essas regras, onde o governo só vai poder comprar produtos que tenham características de autossustentabilidade. Isso vem se tornando realidade, na tentativa de incentivar a sociedade de forma geral, em consumir produtos sustentáveis, o que beneficiaria não apenas as questões ambientais, mas também os produtores, pois estes iriam buscar fontes mais vantajosas e baratas para este tipo de consumo consciente.

A produção e o consumo sustentável têm sempre seus benefícios, logo, a empresa que se adequar terá vantagens estratégicas à frente das outras empresas, terá aumento da rentabilidade do negócio; melhoria da imagem corporativa e apoio em ações de marketing; redução dos custos de produção; aumento da produtividade; retorno do capital investido nas melhorias em curtos períodos; expansão no mercado dos produtos da empresa; uso mais racional da água, da energia e das matérias-primas; redução no uso de substâncias tóxicas; redução da geração de resíduos, efluentes e emissões e de gastos com seu tratamento e destinação final; melhoria da qualidade do produto; motivação dos funcionários à participação no aporte de ideias; redução dos riscos de acidentes ambientais e ocupacionais; melhoria do relacionamento com a comunidade e com os órgãos públicos, entre outros inúmeros benefícios.

### **2.3 Relações entre produção e consumo sustentável: vantagem estratégica**

Em um ambiente de constantes mudanças, é de grande importância adaptar as práticas de gestão às novas necessidades mercadológicas e ambientais, bem como aos aspectos relacionados ao desenvolvimento sustentável que se revelam diretrizes para a gestão estratégica empresarial. Toda empresa explícita ou implicitamente possui uma estratégia competitiva, como cita Porter (1998), através dos departamentos funcionais da empresa, que procuram melhores métodos de executar o trabalho organizacional, nem sempre sendo a

melhor estratégia. Ainda mais nos dias atuais, nos quais o mercado de consumo vem sofrendo mudanças.

A prática da sustentabilidade nas empresas é uma visão estratégica a longo prazo, que possibilita novas políticas de posicionamento e estratégia em branding, que podem resultar em vantagem competitiva frente a um mercado de concorrência acirrada e de produtos e serviços similares no qual as empresas vêm-se obrigadas a buscar outros pontos de diferenciação. Para Barbosa (1999), uma empresa é competitiva quando ela se propõe a oferecer produtos e serviços de maior qualidade, com menores custos, e tornar os consumidores mais satisfeitos do que se escolhessem a concorrência.

No cenário global, a sociedade busca por mercados mais sustentáveis, a maioria das pessoas procurando o consumo consciente, e ainda querem um perfil de empresa moderna, que se importa com as gerações futuras, com destaque para uma responsabilidade socioambiental, isso faz com que as empresas se planejem estrategicamente com frequência.

A estratégia empresarial, logo, fica no sentido da conscientização dos funcionários, de um consumidor mais consciente, que se encontra dividido entre os impulsos consumistas e o impacto negativo que seu comportamento de consumo pode ter sobre a sociedade e o planeta. Muitas vezes, as necessidades e os padrões de consumo dos consumidores atuais vão contra as aspirações e os valores do espírito humano. O consumo mais consciente, ético e responsável é a opção para os consumidores que desejam transformar o mundo em um lugar melhor e mais justo. Assim, o consumo de marcas sustentáveis permite satisfazer os desejos consumistas, diminuindo o sentimento de culpa do consumidor e refletindo a maneira como ele quer ser visto na sociedade.

Por conseguinte, existindo um consumidor consciente, em que este se preocupa com o ciclo de vida do produto, como também com as consequências de sua utilização no meio ambiente em curto, médio e longo prazo, levando em consideração os seus impactos ambientais, processos produtivos, consumo, possíveis desdobramentos futuros e os limites de produção de acordo com o meio ambiente. Desta forma, a participação de todos os colaboradores e os empresários é de fundamental importância para melhorar as condições de impacto da empresa com relação ao meio ambiente, através da conscientização e de buscar otimizar ao máximo todo o processo para minimizar os seus impactos

A estratégia de negócio busca formar e reforçar a posição competitiva de longo prazo da empresa no mercado, através de respostas a problemas e tendências do ambiente externo, produzindo vantagens competitivas. Vantagem competitiva nada mais é que a oferta do produto ou serviço de uma determinada empresa supere as expectativas dos clientes, sendo esta a melhor opção dentre as ofertas existentes no mercado de atuação (CARVALHO *et al*, 2007).

A busca da vantagem competitiva, aliada ao Marketing, não está apenas em formular estratégias em relação aos concorrentes, mas, procurar entender o perfil de cada consumidor. Inseridos em um mercado competitivo nos mais diversos segmentos, os consumidores prezam por confiabilidade e qualidade, tanto nos produtos, quanto nos serviços. As instituições que tendem a intensificar a comunicação de suas ações ecológicas e buscam expressar de forma natural o relacionamento com seu público alvo, promovem maior aceitação das atividades desenvolvidas.

As estratégias competitivas são utilizadas pelas empresas para enfrentar estas forças e dar sustentação às estratégias de crescimento. Que são elas, a liderança em custo, diferenciação e enfoque. A liderança em baixo custo torna-se um ponto central em relação à concorrência. O que se espera é que a empresa forneça um produto de valor para o cliente, de baixo custo aquisitivo e que ao mesmo tempo se torne rentável para a empresa. A liderança de custo também está pautada na busca permanente da redução dos custos de fabricação dos produtos ou serviços, na utilização da curva de experiência, no controle rígido de custos e no

controle das margens.

A diversificação de ações estratégicas torna-se relevante para as organizações, pois, segundo Porter (1999), é a partir destas que se originam as fontes de vantagem competitiva. Diante da necessidade de lidar com contingências ambientais, as organizações devem adotar estratégias que sejam dinâmicas, aplicando recursos e capacidades da melhor forma possível, permitindo assim, prever e reagir às ações da concorrência. E mais do que tudo isso, que garantam, às organizações, a vantagem competitiva sustentável, o que pode ser alcançado se a atual estratégia de criação de valor não puder ser implementada pelos atuais nem pelos futuros competidores e, se estes, não conseguirem duplicar os benefícios da estratégia utilizada.

As informações relativas aos conceitos de marketing verde influem o consumidor a diagnosticar a integridade dos produtos ofertados, estes possuindo classificação sustentável ou não. O conhecimento referente às novas práticas induz o consumidor a avaliar os prejuízos gerados por produtos convencionais e os benefícios produzidos pelos produtos verdes.

Fixar o marketing verde como cultura organizacional dispõe, de forma recíproca, de benefícios que podem elevar, de forma primordial, o conceito social sobre determinada marca, além da atribuição de valor. As organizações que buscam trabalhar a gestão de suas marcas a partir dos conceitos que compõem o marketing verde, tendem a elevar a percepção desta entre os consumidores, assim como a realização de compras. Sugere-se o aprofundamento sobre as questões ecológicas e a percepção do consumidor acerca destas em relação às transformações do mercado de consumo sustentável, visto que, a urgência em novas adequações tem despertado a crítica do consumidor sobre as ações praticadas por empresas de segmentos distintos.

## **2.4 Incentivos fiscais para uma produção sustentável**

A expectativa de que as empresas devem contribuir de forma progressiva com a sustentabilidade surge do reconhecimento de que os negócios precisam de mercados estáveis, e que devem possuir habilidades tecnológicas, financeiras e de gerenciamento necessárias para possibilitar essa transição rumo ao desenvolvimento sustentável. As ações e inovações das empresas, nesse sentido, devem ser cada vez mais disseminadas na busca em ampliar a eficiência e a efetividade da sustentabilidade.

Por vários motivos, as empresas que praticam o desenvolvimento sustentável têm a tendência de crescer evolutivamente. O primeiro motivo é a propaganda que está sendo cada vez mais aceita pelo público. A segunda razão se refere aos investimentos em longo prazo, principalmente nos setores que necessitam de recursos do meio ambiente, considerados não renováveis, as empresas que trocam as tecnologias que degradam a natureza por outras mais sustentáveis percebem geralmente um bom lucro.

Isto porque a mesma se torna mais independente dos preços impostos pelo mercado externo, este costuma encarecer muito os preços das matérias primas quando estão em falta no mercado. Além desses fatores, existem empresas que renovam suas tecnologias de produção de energia, de extração e de projetos sociais. Isto faz com que as mesmas cresçam continuamente.

Para uma empresa se tornar sustentável, e com um processo produtivo limpo, terá que passar por várias etapas, e ao conseguir lograr, a empresa ganha benefícios, dentre eles o Incentivo Fiscal. Isso porque, um processo produtivo limpo necessita de um gasto maior, e o empresário não teria grandes vantagens para aderir a este modelo de produção, por isso, é de fundamental importância o incentivo fiscal por parte do poder público.

O incentivo fiscal trata-se de uma ferramenta que o Estado utiliza na economia para impulsionar um determinado setor econômico. É caracterizada pela renúncia total ou parcial

de algum tributo. Para Cretella Júnior (1993, *apud* TRAMONTIN, 2002, p.110):

Incentivo fiscal é a medida imposta pelo Poder Executivo, com base constitucional, que exclui total ou parcialmente o crédito tributário de que é detentor o poder central em prol do desenvolvimento de região ou de setor de atividade do contribuinte.

Esta concessão é de interesse de ambas as partes, ou seja, uma renúncia que gera outros valores além dos recolhidos nas guias mensais, podendo ser em investimentos por parte das empresas beneficiadas, ou, até mesmo, na redução dos custos que reflete nos preços de vendas, o que gera um consumo maior nesse setor beneficiado. Os resultados almejados com essa forma de incentivar um determinado setor, representam desenvolvimento e investimento por parte dos beneficiados para o meio social e coletivo. Segundo Pires (2007, p.31), no Brasil “a implementação de uma política de incentivos fiscais passou a ter destaque nos anos 1960, quando grande número de trabalhadores rurais migra para os centros urbanos em busca de melhores condições de vida”.

Sabe-se que empreender e fazer uma empresa crescer não é uma tarefa nada fácil, são muitas fases pelas quais a empresa deve passar, dado que muitas vezes estas não são tão vantajosas. Por isso, o empresário precisa de um apoio externo, e este apoio vem através dos incentivos, não só fiscais, uma maneira de dar apoio é por meio de políticas públicas de desenvolvimento da economia, entre elas o incentivo fiscal e tributário. Na prática, é a redução ou isenção da alíquota de determinados impostos. Essa iniciativa pode partir do âmbito federal, estadual ou municipal.

A política do incentivo fiscal vem beneficiar a empresa, nas questões estratégicas, principalmente na parte de investimento financeiro dentro da empresa, pois, o gasto com impostos poderia ser revertido para a aquisição de novos equipamentos, matérias-primas renováveis e sustentáveis, o que possibilitaria uma ampliação no processo de produção da empresa, tendo esta empresa vantagens em relação a outras que não possuem esta consciência sustentável.

Todas as espécies tributárias, quais sejam, impostos, taxas, contribuições de melhoria, contribuições especiais ou empréstimos compulsórios, podem ter seus fatos geradores direcionados a induzir comportamentos dos contribuintes no sentido da sustentabilidade no uso dos recursos naturais. É notória a eficiência da utilização instrumental da tributação como forma de assegurar a proteção ambiental. Deve ser ampliada essa atividade indutora estatal, possibilitando a elevação de experiências exitosas nas diversas esferas da Administração Pública. Interessante que as Administrações com maior estrutura forneçam ferramentas técnicas para que, especialmente, os Municípios menores possam ter condições de implantar a tributação ecológica em sua gestão fiscal.

Logo, para que haja a aprovação desses incentivos, é necessária a comprovação da importância que estes exercem no meio social. Esta comprovação é regida pela LRF – Lei de Responsabilidade Fiscal (2000), que é responsável pelo controle dos gastos públicos combinados com a capacidade de arrecadação dos mesmos. A LRF limita a concessão de incentivos fiscais nos termos do artigo 14:

Art. 14. A concessão ou ampliação de incentivo ou benefício de natureza tributária da qual decorra renúncia de receita deverá estar acompanhada de estimativa do impacto orçamentário-financeiro no exercício em que deva iniciar sua vigência e nos dois seguintes, atender ao disposto na lei de diretrizes orçamentárias e a pelo menos uma das seguintes condições: [...]

§ 1º A renúncia compreende anistia, remissão, subsídio, crédito presumido, concessão de isenção em caráter não geral, alteração de alíquota ou modificação de base de cálculo que implique redução discriminada de tributos ou contribuições, e outros benefícios que correspondam a tratamento diferenciado.

§ 2º Se o ato de concessão ou ampliação do incentivo ou benefício de trata o caput deste artigo decorrer da condição contida no inciso II, o benefício só entrará em vigor quando implementadas as medidas referidas no mencionado inciso.

§ 3º O disposto neste artigo não se aplica:

I - às alterações das alíquotas dos impostos previstos nos incisos I, II, IV e V do art. 153 da Constituição, na forma do seu § 1º;

II - ao cancelamento de débito cujo montante seja inferior ao dos respectivos custos de cobrança (Art. 14, Lei Complementar nº 101 de 4 de maio de 2000).

Esta legislação tem por finalidade garantir que não haja um desequilíbrio orçamentário mediante as abstenções das receitas necessárias no custeio das despesas gerais. Todavia, é possível perceber mudança gradual no comportamento, tanto de contribuintes, quanto de empreendedores, no concernente à necessidade de escolha e busca por opções sustentáveis, através da compra de produtos "verdes" ou de emprego de tecnologias limpas.

Não obstante, no geral, é evidente que as pessoas têm interesse em promoverem a proteção do meio ambiente, mas, muitas delas, para tanto, necessitam da conscientização adequada.

Dessa maneira, a extrafiscalidade atua como ferramenta educadora imprescindível, porquanto, além de regular e intervir na economia como um todo, tem o papel de induzir comportamentos, estimulando-se a proteção do meio ambiente e medidas sustentáveis. Igualmente, os incentivos fiscais configuram como estímulos destinados às empresas para promoverem a escolha de alternativas sustentáveis, revelando-se importante artifício alternativo às tradicionais – e não tão eficazes – medidas punitivas aplicadas ao agente lesivo.

### **3 Metodologia**

Considerando-se o conhecimento teórico e metodológico, optou-se, por uma abordagem qualitativa, isso baseada em uma pesquisa de caráter exploratório. Ademais, procede à observação de fatos e fenômenos exatamente como ocorrem no real, à coleta de dados referentes aos mesmos e, finalmente, à análise e interpretação desses dados, com base numa fundamentação teórica coerente com o objeto de estudo, Trata-se de uma pesquisa descritiva, basicamente aquela que busca entender um fenômeno específico em profundidade, buscando compreender as variáveis do processo produtivo, em relação as estratégias para uma produção sustentável, e, será baseada em um estudo de caso, que consiste, geralmente, no estudo aprofundado de uma unidade individual, tal como: uma pessoa, uma instituição ou um evento cultural.

Para o objetivo proposto, buscou-se embasamento teórico em autores diversos, voltados principalmente para a sustentabilidade, por meio de livros e artigos científicos, tentando proporcionar uma melhor compreensão, interpretação e análise do fenômeno estudado.

A metodologia de pesquisa é o caminho pelo qual se percorre para realizar uma investigação. Sendo assim, todo estudo, científico deverá proceder observando as técnicas e escolhas metodológicas para a realização de um trabalho (OLIVEIRA, 2011, p.19). Assim, esse estudo apresenta o caminho que será percorrido, dando ênfase à técnica e método de trabalho, sujeitos, universo e amostra.

#### **3.1 Caracterização da pesquisa**

Inicialmente, foram feitas pesquisas bibliográficas a respeito do desenvolvimento sustentável. Segundo Andrade (2010), é de grande oportunidade verificar a possibilidade de

produzir um bom trabalho sobre determinado tema, e essa verificação começa pela pesquisa bibliográfica a respeito do assunto. Em seguida, para dar continuidade do desenvolvimento do estudo foi realizada uma pesquisa de campo. “A pesquisa de campo utiliza técnicas específicas, que tem o objetivo de recolher e registrar, de maneira ordenada os dados sobre o assunto estudado” (ANDRADE, 2010, p.131).

De acordo com Trujillo (1982, p.229, *et al* MARCONI E LAKATOS, 2003, p.186) a pesquisa de campo,

Consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presume relevantes, para analisá-los. A pesquisa de campo propriamente dita “não deve ser confundida com a simples coleta de dados (este último corresponde à segunda fase de qualquer pesquisa); é algo mais que isso, pois exige contar com controles adequados e com objetivos preestabelecidos que discriminam suficientemente o que deve ser coletado”.

Para a realização dessa pesquisa, utilizou-se como instrumento de coleta de dados, um questionário contendo 11 (onze) perguntas, sendo estas de caráter objetivo sobre o tema pesquisado. Esse questionário foi destinado aos empresários do município de Picos, perfazendo-se com 10 (dez) empresários, presentes na Expo Picos 2017, feira destinada ao público em geral e a empresários. Ainda, entrevistou-se membros do poder público municipal, responsáveis pela aplicação de políticas sustentáveis aliadas a vantagens fiscais.

Quantidade	Sujeitos da Pesquisa
1	Secretário Municipal de Meio Ambiente e Recursos Hídricos
10	Empresários picoenses

Tabela 1. Sujeitos da Pesquisa

Tal questionário, teve como sujeitos da pesquisa, um (1) Representante do Meio Ambiente e Recursos Hídricos – SEMAR, ainda com o Secretário Municipal de Meio Ambiente e Recursos Hídricos, 10 (dez) empresários.

Para análise dos resultados, feita a partir dos dados coletados na cidade de Picos-PI, analisamos primeiramente onde poderíamos encontrar práticas sustentáveis, se existem projetos que incentivam os empresários, e quais são os órgãos responsáveis para repassar as informações pertinentes ao empresário. Por fim, o trabalho procurou evidenciar, os impactos causados pelas práticas sustentáveis das empresas picoenses e se as políticas públicas implantadas estavam gerando vantagens ao empresário que adere a um modelo de produção sustentável.

## 4 Análise dos Resultados

### 4.1 Práticas sustentáveis implementadas no município de Picos – PI

Para as práticas sustentáveis, no plano de governo do Município de Picos-PI, a realização de um processo produtivo sustentável promoveria importantes benefícios, tanto para sociedade, como para o desenvolvimento do trabalho das empresas picoenses, pois realizaria o trabalho de não só educar e fiscalizar, como foi dito, mas também de promover a sustentabilidade com ações na estrutura de seus projetos através do Processo Produtivo.

Um dos elementos que serviram de base para a análise do artigo foi adquirido por meio da aplicação do questionário, realizado com o Secretário de Meio Ambiente e Recursos Hídricos da Prefeitura Municipal de Picos – PI. Ressalta-se que, embora ele tenha papel ímpar na conscientização da necessidade de implantação de políticas sustentáveis, em parceria com empresas picoenses, ressaltou que não tem participação efetiva, que a Prefeitura Municipal de Picos busca firmar projetos em parceria com o SEBRAE – Picos.

No questionário aplicado ao secretário de Meio Ambiente, várias indagações foram feitas sobre as licitações sustentáveis, no entanto, foram apresentadas respostas voltadas para as ações do cotidiano da mesma.

Perguntado sobre as principais ações realizadas pela Secretaria de Meio Ambiente, no sentido de perceber a sustentabilidade do município de Picos – PI, o secretário informou que são as seguintes:

Ações de sustentabilidade: O olhar da Secretaria do Meio Ambiente	COLETA SELETIVA: Desenvolver a coleta seletiva no Município de Picos – Piauí, estimulando a mudança de hábitos da população no que se refere às formas de utilização dos recursos naturais e produção de lixo. Será desenvolvido com os catadores de matérias recicláveis do município. (Em fase de implantação).
	ARBORIZAÇÃO: Revitalização de praças e canteiros municipais, além do plantio de árvores em pontos estratégicos da cidade, melhorando assim, o aspecto visual da cidade e, conseqüentemente, a melhoria da qualidade do ar.
	COMÉRCIO ILEGAL DE ANIMAIS SILVESTRES: Tem como objetivo apreender animais silvestres que seriam comercializados, além de equipamentos, bem como advertir os infratores sobre as penas e multas do comércio ilegal.
	RIO GUARIBAS VIVO: Tem por objetivo recuperar e revitalizar o Rio Guaribas, promovendo o desenvolvimento sustentável na região de Picos.
	SALA VERDE: Este projeto tem como parceiro o Ministério do Meio Ambiente e tem como objetivo levar informações ambientais a toda a população do Município tendo uma Sala Verde como fonte de pesquisa (em fase de implantação); Os serviços desenvolvidos pela secretaria de educação ambiental e fiscalização ambiental que tem como intuito educar a população e fiscalizar possíveis crimes ambientais causados.

TABELA 2. Ações de Sustentabilidade programadas pela Secretaria de Meio Ambiente

Presente, na entrevista, que a Prefeitura ainda não possui projetos voltados diretamente para as empresas picoenses, contudo, o entrevistado frisou a existência do setor de Licitações da Prefeitura, que implementou a Licitação Sustentável, na tentativa de aumentar a competitividade entre as empresas e ainda a busca por uma produção sustentável.

A realização de uma licitação sustentável promoveria importantes benefícios, tanto para sociedade, como para o desenvolvimento do trabalho da Secretaria, pois iria além de só educar e fiscalizar, como foi dito, mas também de promover a sustentabilidade com ações na estrutura de seus projetos através da licitação sustentável.

Como, por exemplo, o projeto da Sala Verde, que tem seu intuito em levar informações ambientais à sociedade, pode-se na produção dessas informações, sendo através de informativos escritos, a Secretaria utilizar-se da licitação sustentável para aquisição de material gráfico reciclável, enriquecendo assim o seu trabalho. Ademais, a prefeitura e os órgãos públicos, deveriam destacar empresas que contribuem com uma “produção limpa”.

Segundo Biderman *et al* (2008), para que os critérios ambientais sejam incluídos nas compras públicas, é preciso um conhecimento especializado que aqueles que trabalham no setor de Meio Ambiente possuem, sendo que, eles podem não ter o conhecimento dos regulamentos e procedimentos das contratações.

A entrevista foi realizada com o Secretário de Meio Ambiente, Dr. Glaúber Jonny e Silva. Durante a entrevista questionou-se a existência de projetos por parte da prefeitura para implantação de práticas voltadas para preservação. O Secretário afirmou que existem sim vários projetos em andamentos, com parceiros como o SEBRAE – Picos, SEMAM – Piauí.

Na ocasião, relembrou-se que a Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos – SEMAM, localizada em Picos, foi criada em 2006 através da lei municipal, que tem como função planejar, coordenar, fiscalizar e controlar as ações relacionadas ao meio ambiente e recursos hídricos. O Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas Empresas – SEBRAE, com escritório localizado em Picos, abrange mais de 50 municípios na microrregião, que tem como objetivo apoio ao micro e pequeno empreendedor, aumentando sua competitividade no mercado em que atua, oferecendo palestras, cursos e consultoria, entre outros.

O Secretário frisou que dentre os principais projetos, podemos destacar os seguintes: Projeto Escolas Sustentáveis; Palestras educativas em escolas e outras instituições; Eventos alusivos às datas comemorativas ambientais; Passeio ciclístico; Concurso de redação; Concurso de fotografia; Concurso de reportagem; Campanha de combate à poluição sonora.

A existência de alguma política administrativa, no município de Picos – PI, voltada para a implantação e prática de processo produtivo sustentável e para a ocorrência de algum programa ou projeto sendo elaborado ou já em curso, em que tenha como meta orientar o setor dos pequenos e médios empresários do município de Picos – PI, já estava prevista no Plano de Governo, em que: Promover educação ambiental no sentido de sensibilizar e conscientizar a população sobre o uso adequado dos recursos naturais; Transformar o município de Picos em referência e símbolo do “SELO VERDE”; Implantação e Manutenção do Parque Ambiental “Vale da Águia”; Coleta seletiva: “Separe o lixo, acerte na Lata” – Implantação e Manutenção de Licenciamento Ambiental – Manutenção do Fundo Municipal do Meio Ambiente.

Estas são ações que podem fazer a diferença dentro de uma empresa e ainda ter um impacto considerável na sociedade picoinense. Muitas melhorias já foram notadas, são essas as aprendizagens na reutilização do material reciclável em móveis e artesanato/decoração, a reciclagem do lixo como o ferro, plástico, alumínio e outras coisas; agora os garis e catadores que fazem a seleção do material, para vender os recicláveis; aquisição de máquina para prensar papel, também com isso tivemos a redução dos impactos ambientais, com isso a cidade fica mais limpa e população com autoestima elevada.

A expectativa de que as empresas devem contribuir de forma progressiva com a sustentabilidade surge do reconhecimento de que os negócios precisam de mercados estáveis, e que devem possuir habilidades tecnológicas, financeiras e de gerenciamento necessárias para possibilitar essa transição rumo ao desenvolvimento sustentável. As ações e inovações das empresas nesse sentido devem ser cada vez mais disseminadas na busca em ampliar a eficiência e a efetividade da sustentabilidade.

Quanto ao questionário aplicado aos empresários, daremos destaque a duas empresas que buscam uma produção consciente e sustentável, pioneiras na responsabilidade socioambiental. O primeiro questionado foi o dono da empresa Leo Plast, o Sr. Leonardo Kennedy Barros dos Santos, repassou que a empresa, fundada em 5 de fevereiro de 2002, tem o objetivo de atender à demanda atual do mercado de sacolas plásticas, tendo em vista o alcance de critérios como qualidade, competitividade e responsabilidade ambiental, inclusive com práticas de reciclagem e redução de perdas e desperdícios.

Questionado quanto ao planejamento estratégico socioambiental, o empresário frisou

que busca aliar as atividades da empresa com programas e práticas sustentáveis, destacou que cerca de 95% (noventa e cinco por cento) da matéria-prima comprada pela organização vem de empresas localizadas fora da cidade de Picos – PI, enquanto que 5% (cinco por cento) vêm dos catadores de lixo da região, como forma de valorizar o trabalho dos mesmos e trabalhar com o socioambiental.

Ademais, enfatizou que a Leo Plast, procura desenvolver programas voltados para a comunidade, como uma das alternativas propostas pela Leo Plast foi uma parceria com a Prefeitura Municipal de Picos – PI, no sentido de o órgão público incentivar que a empresa investisse no tratamento, reciclagem e reutilização de materiais como papelão, plástico, ferro e vidro. Porém, desde que aconteceu a proposta oficial e formal da Leo Plast, a administração pública da cidade não respondeu de maneira oficial, tampouco ofereceu algum tipo de incentivo para a empresa concretizar estes projetos e investimentos.

A entrevista com o responsável pela Gráfica e editora Brito, que abordou que a questão socioambiental é encarada como fator primordial da competitividade e estratégia de destaque da empresa. Ainda que a gráfica possua um quadro de funcionários amplo, com quinze (15) colaboradores.

Destacou que a empresa faz uso de papel reciclável na impressão de livros e também faz uso de cartuchos recicláveis. Por desempenhar estas práticas, foi indagado que a Gráfica Brito se seus clientes têm conhecimento sobre elas, e foi respondido com a seguinte afirmação: (Gerente Gráfica Brito) “Reconhece, muitos clientes reconhecem não na sua totalidade, mas muitos conhecem. Muitas vezes temos clientes que exigem que seja com impressão só de papel reciclado, e recentemente fizemos um trabalho com a secretaria do meio ambiente, por que nenhuma fazia, só eu aqui em Picos e ela preferiu fazer aqui, com material reciclado”.

Por fim, o gerente da Gráfica Brito, enfatizou “eu participo de palestra, sobre o meio ambiente, sobre reciclagem e agora mesmo eu estou indo em uma. A um congresso no Rio de Janeiro. Só pra você ter ideia, aqui são várias gráficas e eu faço parte da diretoria estadual, da Associação Brasileira da Indústria Gráfica, e da nacional, além de ser ativo na participação do associativismo”.

O gerente da Gráfica destacou ainda que é primordial para o marketing da empresa um processo produtivo voltado para a responsabilidade social, pois através disso a empresa só ganhará e se destacará das outras empresas que trabalham no mesmo ramo.

<b>Análise do Questionário</b>	
<b>Perguntas em Destaque</b>	<b>Percentual</b>
A empresa possui o seu Planejamento Estratégico Socioambiental/Sustentabilidade documentado?	45 % sim 55% não
A administração da empresa participa e se envolve nos programas sociais?	67 % sim 33% não
A empresa tem planos de aumentar os recursos aplicados no(s) projeto socioambiental externos que vem desenvolvendo?	58% sim 42% não
A empresa possui políticas formais de compras de “materiais verdes” ou	58% sim 42% não

“ambientalmente certificados”?	
O planejamento estratégico da empresa leva em consideração a sustentabilidade?	55% sim 45% não

Tabela 3. Análise do Questionário

Ao analisar algumas perguntas do questionário, nota-se que as empresas picoenses possuem o interesse em desenvolver suas atividades voltadas para a sustentabilidade e a preservação do meio ambiente. Ainda ao responder as perguntas alguns empresários, frisaram que sempre buscam ampliar os conhecimentos, participando de feiras, palestras, e minicursos voltados para conscientização e a responsabilidade sócio ambiental. E que repassam as informações adquiridas aos funcionários.

Destaca-se que o consumidor ainda não exige uma empresa consciente, pois o mercado picoense ainda esta em processo de modernização. Mas, mesmo assim as empresas Leo Plást, Gráfica Brito, atuam no mercado utilizando “materiais verdes”, aqueles que são reutilizados, ou reciclados, e procuram conscientizar o consumidor que tais materiais possuem melhor qualidade, durabilidade, e ainda ajudam na preservação do meio ambiente. Logo, o planejamento estratégico voltado para o desenvolvimento sustentável da empresa é uma ferramenta fundamental para o crescimento e para a imagem da empresa, tendo esta uma vantagem dentro de um mercado ainda em processo de modernização, como o mercado picoense.

Relatou-se durante as entrevistas que as empresas ainda investem muito em um planejamento estratégico sustentável, e não possuem um retorno favorável ao caixa da empresa, tendo assim, um processo produtivo dispendioso sem retorno para a empresa, pois não existe no município de Picos o apoio dos órgãos estaduais e nem municipais com incentivo fiscal, o que auxiliaria no desenvolvimento da consciência ambiental na comunidade picoense.

Como mostra a figura abaixo, para o crescimento econômico da empresa, precisa-se, na base, de responsabilidade ambiental e de responsabilidade social, sendo estas aliadas ao processo de produção sustentável da empresa.



**Figura 1.** As três dimensões da sustentabilidade  
Fonte: Revista Espacios, 2016.

A vantagem competitiva da Gráfica Brito, por exercer práticas sustentáveis, é um diferencial somente aos clientes que se preocupam com o meio ambiente. Fazendo com que além das práticas ambientais ela priorize a qualidade nos serviços.

A estratégia de negócio busca formar e reforçar a posição competitiva de longo prazo da empresa no mercado, através de respostas a problemas e tendências do ambiente externo, produzindo vantagens competitivas. Vantagem competitiva nada mais é que a oferta do produto ou serviço de uma determinada empresa supere as expectativas dos clientes, sendo esta a melhor opção dentre as ofertas existentes no mercado de atuação (CARVALHO *et al*, 2007).

Um outro ponto abordado no questionário, foi a capacitação dos funcionários quanto a política do processo produtivo sustentável, ambas as empresas destacaram que buscam sempre proporcionar aos funcionários treinamentos e palestras relacionadas à preservação ambiental, e gestão ambiental dentro da empresa. Tal posicionamento, permite que estas duas empresas em questão, se destaquem economicamente e socialmente dentro do mercado picoense.

Desde a Constituição Federal de 1988, os municípios assumiram mais atribuições e responsabilidades. Durante muitos anos, os esforços das administrações municipais foram concentrados na urgência em melhorar as condições de saúde, educação, segurança e infraestrutura nas cidades e na zona rural.

Portanto, é recente a inclusão da promoção do desenvolvimento como prioridade na agenda municipalista. Não é demais repetir: a prefeitura tem papel preponderante no desenvolvimento. Garantir um ambiente de negócios adequado transforma a vida do município, um trabalho que começa dentro do Poder Executivo municipal, com planejamento e integração de ações.

Quanto à aplicação do questionário aos empresários, notou-se que 60% (sessenta por cento) dos empresários que responderam ao questionário, procuram implementar na empresa uma política voltada para o desenvolvimento sustentável, com a aplicação de programas de treinamentos, sensibilização e conscientização do corpo funcional sobre conceitos e a importância do desenvolvimento de projetos de Responsabilidade Social.

Entretanto, os empresários questionam a falta de comprometimento por parte dos governos, na tentativa de buscar incentivos fiscais, para melhorar o relacionamento da empresa com questões ambientais, e ainda, esses incentivos fiscais, serviriam como uma ferramenta de estratégia econômica e de destaque para as empresas que aderirem às práticas de desenvolvimento sustentável.

Com o referido trabalho foi possível verificar o quão novo o assunto sustentabilidade é aderido às empresas da cidade, dificultando o início da pesquisa, que só depois de um breve levantamento das gráficas da cidade, foi constatado que somente uma faz uso dessas práticas. Feita a pesquisa bibliográfica, muitas dúvidas apareceram pelo fato da sustentabilidade nas organizações ser um diferencial na competição entre elas, porém, muitas não aderem por ser mais caro, ou pelo fato de não se interessarem por uma capacitação.

Então daí surge à indagação para futuras pesquisas “por que os clientes, mesmo com a preocupação ambiental, escolhem empresas que usam materiais que acabam prejudicando o meio ambiente?”. É importante refletir sobre o tema em questão, pois todos, por ser atualmente abordado, conhecem a importância que o conceito, a preservação e as consequências do meio ambiente têm nos últimos tempos em desastres ambientais. Todos têm o discernimento do quanto é necessário mudar de atitude e ter uma iniciativa que mude o pensamento como produtor e/ou consumidor.

## 4.2 Responsabilidade socioambiental na visão dos gestores

Torna-se comum a discussão da responsabilidade social no ambiente empresarial, não por motivos aparentes, como melhorar a imagem da empresa ou seguir uma corrente que está cada vez maior, só para não ficar em posição inferior à concorrência. A responsabilidade social requer muito mais do que ações voluntárias ou lançar uma campanha de marketing sobre produtos sustentáveis, esses são apenas aspectos que a mesma apoia, dentro de princípios éticos. Sem desmerecer as participações isoladas, é necessário antes, que hajam atitudes enraizadas, pautadas em princípios éticos, e, além de tudo, continuadas, permanentes e mutáveis no sentido de buscar sempre melhorar, ampliar seus alcances e resultados. “A responsabilidade social relaciona-se com a consciência social e o dever cívico (...) não é individual. Reflete a ação de uma empresa em prol da cidadania” (BARROS, 2008, p.37).

A questão do marketing da empresa traz consigo uma ferramenta para a competitividade entre as empresas, as informações sobre questões ambientais, a necessidade da atribuição de ações ecológicas como forma de envolvimento do meio social, têm motivado as empresas a sentirem-se encarregadas de adaptar-se a condições ecologicamente corretas, visto que a aplicação de novos conceitos influi no aumento das vantagens competitivas, ações que hoje são denominadas de “marketing verde”.

O marketing verde, segundo Dias (2014), pode ser definido como o empenho empresarial em manter relacionamento sustentável com seus clientes, por meio do uso de recursos necessários para geração de produtos e/ou serviços, sem que estes prejudiquem o meio ambiente. Visa a criação de valor social e ambiental, fundando-se nas variáveis que compõem a sustentabilidade: o ambiente, o econômico e o social.

As organizações hoje devem se espelhar nos conceitos do marketing verde, integrar a seus produtos concepções dessa nova estratégia voltada aos processos de autopromoção comercial, a fim de captar a percepção dos clientes que têm aderido a tal prática, por conta do atual quadro ambiental em que a sociedade se encontra. O público consumidor expressa um comportamento de conscientização sustentável, ao preferirem as empresas com responsabilidade ambiental, do que empresas que não possuem esta preocupação, mesmo que os produtos sejam de valor mais elevado.

O interesse do consumidor em se envolver na prática de atividades que beneficiem o meio ambiente, desenvolve a habilidade crítica de se manifestar contra produtos que não desempenham caráter responsável. Por esse motivo, as organizações, passam a repensar sua atuação e como podem ser qualificadas de forma positiva pelo consumidor. O marketing verde tem se tornado o recurso de reestruturação das políticas empresariais, com o intuito de atribuir às organizações atividades relacionadas ao mercado verde, a fim de aumentar a competitividade pela conquista de clientes.

Logo, em questionamentos com o público presente na Expo Picos 2017, a maioria dos presentes no evento procuram empresas conscientes e que buscam na produção um meio ambiente protegido. Todos os indagados alegaram que sua capacidade de decisão e manifestação em conformidade com a empresa que lhe representa maximiza a percepção do mercado de que adequações em prol da sustentabilidade, além de aperfeiçoar a imagem ética da empresa, tem a capacidade de reter novos consumidores.

O relacionamento entre empresas e clientes é capaz de expandir vendas e proporcionar aumento dos lucros, a partir do momento em que seus desejos são atendidos, tratando da necessidade de conservação ambiental, que são refletidos na aquisição de produtos sustentáveis. A base primordial para a reformulação de produtos está na importância em contribuir socialmente com a responsabilidade ambiental. Tais atitudes são refletidas posteriormente nas vendas, pois os consumidores tendem a buscar marcas que desenvolvam relacionamento ético e responsável constante em relação ao meio ambiente, com o objetivo de

estabelecer melhoria contínua na definição de seus produtos.

### **4.3 A política do Incentivo Fiscal**

Para que uma empresa se adeque aos padrões da sustentabilidade, são necessários investimentos financeiros, que vão, desde a adequação da estrutura produtiva, até a capacitação dos colaboradores.

No cenário picoense a política do incentivo fiscal está apagada, os empresários entrevistados afirmaram que o setor público municipal não possui nenhum projeto ou medida vantajosa para incentivar as empresas a uma produção sustentável, como visualiza nas políticas do Governo Federal. Os mesmos se queixam da falta de incentivo, mas, mesmo sem incentivo da Prefeitura, os empresários buscam uma Produção Limpa.

Logo, o empresário precisa de apoio externo, e este apoio vem através dos incentivos, não só fiscais, uma maneira de dar apoio é por meio de políticas públicas de desenvolvimento da economia, entre elas o incentivo fiscal e tributário. Na prática, é a redução ou isenção da alíquota de determinados impostos. Essa iniciativa pode partir do âmbito federal, estadual ou municipal.

## **5 Considerações Finais**

Uma política de gestão, que visa o desenvolvimento sustentável, pode ser entendida como o atributo relevante para a operação da companhia, visto que pode gerar valor frente aos concorrentes, com uma melhor gestão de recursos. O trabalho objetivou analisar as empresas que se comprometem com práticas mais sofisticadas de sustentabilidade ambiental, e ainda se o governo e as secretarias, como principais intermediários para a implantação desses projetos sustentáveis, estão incentivando as empresas do município de Picos – PI, na tentativa de implementar uma política de responsabilidade socioambiental. O presente artigo tem como objetivo explicitar as práticas sustentáveis implementadas na cidade Picos. Ademais, discutir os impactos sociais e econômicos de uma produção sustentável nas empresas picoenses, evidenciadas pela participação nos chamados Índices de Sustentabilidade Empresarial, e se estas possuem maior lucratividade frente às demais concorrentes.

O trabalho procurou evidenciar quais são os projetos implantados e quais os que estão sendo desenvolvidos, os impactos causados e a forma de como são implementados. Foram identificados vários projetos sendo desenvolvidos na cidade de Picos, que procuram envolver uma grande parte da população da cidade, como alunos e seus respectivos responsáveis, empresas e repartições públicas. Contudo, notou-se que os projetos, na sua grande maioria estão apenas no papel, ainda não foram implantados de fatos. Ainda, que as empresas picoenses procuram estratégias administrativas para se destacarem quanto às práticas de desenvolvimento sustentável.

Logo, a sustentabilidade é um fator de extrema importância para garantir a melhor qualidade de vida para as próximas gerações e, para isso, é necessário que tanto as empresas, como o governo e a comunidade, contribuam com práticas que possam ajudar a salvar o planeta. A sociedade está se adequando as práticas e novos padrões ambientais, onde buscam produtos ecologicamente corretos, preservação do meio ambiente, atividades que causam menos danos ambientais. As empresas estão percebendo que promover o desenvolvimento através de práticas sustentáveis não é apenas uma questão de cumprir obrigações com órgãos ambientais, mas sim um fator de sobrevivência da organização e também de competitividade.

O que se notou com o estudo, é que existem empresas que buscam um processo

produtivo sustentável, que criam políticas de incentivo, programas de treinamento, sensibilização e conscientização do corpo funcional sobre conceitos e a importância do desenvolvimento de projetos de Responsabilidade Social. Contudo, na prática, não ocorre a efetivação destas políticas, pois as empresas não possuem incentivos por parte do governo. Mas, ainda existem tentativas para um desenvolvimento sustentável, com criação de projetos, com o caráter inovador dos empresários, atitudes que transformam a sociedade e crescimento das práticas sustentáveis e com isso as organizações se beneficiam em todos os aspectos: sociais, econômicos e ambientais.

Por fim, a pesquisa mostrou que a cidade de Picos não tem projetos voltados para os catadores de material reciclável e que o aterro sanitário da cidade não tem a estrutura necessária para dar apoio a esses catadores. Ademais, o trabalho atingiu seus objetivos e mostrou quais as práticas sustentáveis que são abordadas na cidade de Picos, porém teve alguns limites, como a acessibilidade aos membros da prefeitura de Picos, dificultando assim a realização da pesquisa. A realização do trabalho foi de suma importância para o meio acadêmico, e serve de aporte para novas pesquisas relacionadas a sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável, pois ficou mais evidente a importância que se deve dar ao desenvolvimento sustentável e às práticas utilizadas para garantir um futuro sem grandes danos para a sociedade.

Espera-se, que esta pesquisa, estimule um debate sobre as práticas sustentáveis, seus impactos ambientais e o crescimento dos arranjos produtivos locais com a possibilidade de maior amparo das políticas públicas, assim possibilitando divulgar o conceito das práticas sustentáveis. E abrir novas oportunidades de estudo, em relação a este assunto ambiental voltado para as práticas de desenvolvimento sustentável nos arranjos produtivos locais e em outras organizações, também pela questão ambiental, que nos tempos atuais vem preocupando o mundo inteiro e com o estudo foi possível obter conhecimento do quanto o tema é de extrema importância.

### **Referências bibliográficas**

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BARBOSA, Francisco Vidal. Competitividade: conceitos gerais. **In: RODRIGUES, Suzana Braga et al II. Competitividade, alianças estratégicas e gerência internacional**. São Paulo, Atlas, 1999. Cap. 1 p.21-40

BARROS, Cristiane Sabóia. **Responsabilidade social interna e comprometimento organizacional: um estudo comparativo em empresas cearenses**. 2008. 178f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2008. Disponível em:<[http://www.ppac.ufc.br/index.php?option=com\\_content-social](http://www.ppac.ufc.br/index.php?option=com_content-social)> Acesso em: 24. Abril. 2018.

BIDERMAN, Rachel; MONZONI, Mario; MAZON, Rubens; DE MACEDO, Laura Silvia Valente. (Org.) **Guia de Compras Públicas Sustentáveis – Uso do poder compra do governo para promoção do desenvolvimento sustentável**. 2. ed. São Paulo: GVces. 2008. Disponível em:< <http://archive.iclei.org/index.php?id=9311> >. Acesso: 28 janeiro de 2018.

CAMARA, I. de Gusmão. **Planejamento ambiental: caminho para participação popular e gestão ambiental para o nosso futuro comum. Uma necessidade, um desafio**. 1993. **In:**

VIEIRA, Rafael e ROCHA, Rogério. Uma nova atitude e um novo paradigma. Disponível em:< [http://www.corecon-rj.org.br/pdf/je\\_ago2003.pdf](http://www.corecon-rj.org.br/pdf/je_ago2003.pdf)>. Acesso: 25 jun. 2013.

CARVALHO, Adriano Santana; MARINHO, Amarildo Garros; MOURA, Iury Almeida de; PINTO, Ivaldo Alves; CARVALHO, Paulo Ricardo Silva de. **A qualidade no atendimento: nível de satisfação dos funcionários em uma empresa de eletroeletrônico em São Luís 2007.**

CAVALCANTI, C.(org.) **Desenvolvimento e Natureza: estudo para uma sociedade sustentável.** São Paulo: Cortez, 2003.

CHAMBERS, N.; SIMMONS, C.; WACKERNAGEL, M. **Sharing Nature's Interest: Ecological Footprints as an indicator of sustainability.** London: Earthscan Publications Ltda., 2000

DIAS, R. **MARKETING Ambiental.** São Paulo: ATLAS S.A., 2014.

DINIZ, Marcelo de Lima Castro; FORTES, Fellipe Cianca. Incentivos fiscais no STJ. **In: MARTINS, Ives Gandra da Silva et al. (Coord.). Incentivos fiscais: questões pontuais nas esferas federal, estadual e municipal.** São Paulo: MP, 2007.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional de Saneamento Básico,** 2000. Disponível em:  
<[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pnsb/lixo\\_coletado/lixo\\_coletado110.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pnsb/lixo_coletado/lixo_coletado110.shtm)> Acesso em 30 jan. 2018.

PORTER, M.E. **Estratégia competitiva.** Rio de Janeiro: Editora Campus, 1990.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva – Técnicas para análise de indústrias e da concorrência.** 18ª Edição. São Paulo-SP: Campus, 1986

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento: incluyente, sustentável, sustentado.** Rio de Janeiro: Garamond, 1993.

SERAVALLI, Vitor. Cartilha do SEBRAE. **Responsabilidade Social Empresarial.** CIESP. Florianópolis oferece descontos para quem aderir ao IPTU Verde. SC em Voga. 2015.

THOMPSON, Arthur A.; STRICKLAND III, A.J. **Planejamento estratégico: elaboração, implementação e execução.** 1.ed. São Paulo: Thompson Pioneira, 2003.

TRAMONTIN, Odair. **Incentivos públicos a empresas privadas e guerra fiscal.** Curitiba: Juruá, 2002.

TRUJILLO FERRARI, Alfonso. *Metodologia da ciência.* 3. ed. Rio de Janeiro: Kennedy, 1974. **In: LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de Metodologia Científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

## APÊNDICE

### Questionário – Empresários

Foram questionados 10 empresários, das mais diversas áreas de atuação, notou-se que 60% dos empresários possuem políticas voltadas para um processo produtivo embasados no desenvolvimento sustentável, e que utilização desta ferramenta estratégica para se destacarem das outras empresas do mercado picoense. Temos em destaque algumas empresas, que visam a esta responsabilidade social, tais como Leo Plast, Gráfica Gadelha, Gráfica Brito, Gráfica Picoense, Duas Barras Distribuidora.

- 1) A empresa possui o seu Planejamento Estratégico Socioambiental/Sustentabilidade documentado?  
 sim  não
- 2) As atividades relacionadas à Responsabilidade Social integram a visão estratégica da empresa?  
 sim  não
- 3) A alta administração participa e se envolve nos programas sociais?  
 sim  não
- 4) A empresa desenvolve algum tipo de programa de treinamento, sensibilização e conscientização do corpo funcional sobre conceitos e a importância do desenvolvimento de projetos de Responsabilidade Social?  
 sim  não
- 5) A empresa desenvolve programas sociais voltados para a comunidade?  
 sim  não
- 6) A empresa tem planos de aumentar os recursos aplicados no(s) projeto socioambiental externos que vem desenvolvendo?  
 sim  não  
 Sabe Se sim, em quanto? \_\_\_\_\_% em relação ao investimento atual.
- 7) Você entende que a sua organização é a favor da criação de leis de incentivo fiscal às empresas que investem em projetos de responsabilidade social?  
 sim  não
- 8) São oferecidas, pela empresa, condições especiais no relacionamento ou contrato com fornecedores socialmente responsáveis e com práticas?

sim  não

9) A empresa possui políticas formais de compras de “materiais verdes” ou “ambientalmente certificados”?

sim  não

10) Inclui, o tema sustentabilidade nas políticas corporativas da empresa?

sim  não

11) O planejamento estratégico da empresa leva em consideração a sustentabilidade?

sim  não



TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA  
"JOSÉ ALBANO DE MACEDO"

Identificação do Tipo de Documento

- ( ) Tese  
 ( ) Dissertação  
 ( ) Monografia  
 (X) Artigo

Eu, Geovânia Araújo Moura e José Lafete da Silva Júnior,  
 autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de  
 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar,  
 gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação  
O desenvolvimento sustentável no cenário piauiense: O papel  
do governo, das empresas e da sociedade.  
 de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título  
 de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 20 de julho de 2018.

José Lafete da Silva Júnior  
Assinatura

Geovânia Araújo Moura  
Assinatura