UMA ANÁLISE DO PERFIL AMBIENTAL DO CENTRO COMERCIAL EM AÇAILÂNDIA – MA / BRASIL.

Tyessy Gomes Sousa

Especialista em Gestão Ambiental – FAMA / Imperatriz.

Adalgilza Silveira Paé

Especialista em Gestão Ambiental – FAMA / Imperatriz.

Ismênia Maria Duarte De Moraes

Especialista em Gestão Ambiental – FAMA / Imperatriz.

Dany Geraldo Kramer Cavalcanti e Silva

Prof. da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – FACISA – Faculdade de Ciências da Saúde do Trairi - Santa Cruz / RN. Pós – Graduação em Engenharia Mecânica - UFRN.
dgkcs@yahoo.com.br ou dgkcs@yahoo.com.br

Geraldo Barroso Cavalcanti E Silva

Universidade Federal do Rio Grande do Norte / Dep. de Análises Clínicas.

Aurean De Paula Carvalho

Doutorando da Universidade Federal de Campina Grande. Prof. - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Araguatins – TO

Anésio Mendes De Sousas

Prof. MSc – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Araguatins – TO

Felipe César Marqus Tupinambá

Prof. MSc – Colégio Agrícola De Floriano – UFPI.

Resumo

As atividades comerciais têm contribuído com a geração de riquezas e progresso social na sociedade moderna, entretanto, podem-se observar problemas ambientais no setor, como a depleção de recursos naturais, geração de resíduos sólidos, esgoto, poluição sonora e atmosférica. Em Açailândia-MA, a atividade comercial apresentou expansão nos últimos anos, assim como os desafios ambientais supra-citados, que podem ser mitigados através de ações de gestão ambiental. Assim, o presente estudo objetivou avaliar o perfil ambiental de empresários no centro deste município. Para tanto, desenvolveu-se um estudo exploratório do tipo Survey com aplicação de questionários a 46 empresários locais, com predominância de atividades comerciais de calçados e vestuários (17 empresas). O sistema de gestão ambiental só ocorreu de forma incipiente em 04 organizações, sendo desconhecido por 80,43% dos entrevistados. Portanto, ações educativas e administrativas sobre a importância da gestão

¹ Recebido em 27.01.2010. Aprovado em 10.03.2010. Disponibilizado em 28.04.2010. Avaliado pelo sistema *double blind review*

ambiental devem ser desenvolvidas para se mudar esta realidade, oportunizando ganhos econômicos, ambientais e sociais na cidade de Açailândia.

Palavras-chave: Atividade Comercial, Açailândia-MA, Gestão Ambiental.

Abstract

Commercial activities have contributed to the generation of wealth and social progress in modern society. However, environmental problems in the sector can be observed, such as depletion of natural resources, solid waste, sewer, noise and air pollution. In Açailândia / MA, the commercial activity has expanded in recent years, as well as the above-mentioned environmental challenges, which can be mitigated through environmental management actions. Thus, this study aimed at evaluating the environmental profile of entrepreneurs in the downtown area of this city. To do so, a survey was developed and applied to 46 local entrepreneurs. There was a predominance in the footwear and clothing (17 companies). The environmental management system has only occurred incidentally in 04 organizations, and unknown to 80.43% of respondents. Therefore, educational and administrative actions on the importance of environmental management must be developed to change this reality, providing opportunities for economic, environmental and social gains in the town of Açailândia.

Keywords: Commercial Activity, Açailândia-MA, Environmental Management.

1. INTRODUÇÃO

A relação entre o homem e a natureza passou por várias fases no decorrer da história no mundo Ocidental, não sendo salutar, especialmente com o advento da era moderna. Período este, guiado pelo pensamento racional, excluiu a natureza do centro das ações éticas no momento em que passou a vê-la como objeto, como "coisa" passível de ser dominada, submetida, posta a benefício da idéia de progresso e de satisfação das necessidades consumistas dos homens (Rouanet, 2008; Gomes, 2006).

O crescente processo de industrialização sempre foi bem visto pela sociedade humana, uma vez que o progresso econômico tem sido buscado incessantemente ao longo da história da humanidade. Os recursos naturais têm sido utilizados como se fossem infinitos, e não há qualquer preocupação maior com os impactos provocados pelas atividades realizadas (Rouanet, 2008; Gomes, 2006).

Com relação às atividades comerciais, puderam-se observar práticas seculares com a permuta de bens, até o surgimento da moeda como, produto de troca de aplicação monetária, fato que intensificou e aperfeiçou o comércio. Modelo este, que consubstanciou o processo de globalização do sistema capitalista financeiro atual, baseado numa sociedade de grande consumo de recursos naturais, influenciando diretamente no modo de vida das (Tachizawa, 2008).

Percebe-se que o desenvolvimento da atividade comercial surgiu da busca desenfreada da satisfação das necessidades humanas ao longo da história, o que se assemelha ao ocorrido em Açailândia – MA, durante a construção da BR 010, ou Belém-Brasília.

As empresas do setor comercial (vestuário, calçados, alimentação, supermercados, farmácias e drogarias) apresentam-se como as principais do setor, no município de Açailândia/MA, sendo uma forma alternativa crescente, as atividades em declínio como a exploração madeireira. Entretanto, desafios ambientais surgem com essa expansão (poluição sonora, resíduos sólidos, uso de recursos naturais e águas residuárias) que podem ser mitigados com o auxílio da gestão ambiental. Neste contexto, o presente estudo objetivou avaliar o perfil ambiental de comerciantes na área central de Açailândia / MA.

2. OS PRIMÓRDIOS DA ATIVIDADE COMERCIAL DE AÇAILÂNDIA-MA

A cidade de Açailândia – MA atualmente possui uma população de 97.034 habitantes (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2007), apresenta sua origem populacional diversificada, destacando-se o fluxo migratório do centro-sul brasileiro, contudo, pessoas de diferentes lugares fazem parte do cenário atual desse município, dentre elas a família da Senhora Maria Divina Oliveira e João Mariquinha, os precursores das atividades comerciais locais.

A Sra. Maria Divina Oliveira foi à primeira mulher a morar naquela região, sendo também, em conjunto com seu esposo, pioneira na implantação de uma casa comercial titulada de “Café Juscelino Kubitschek”, uma pequena venda onde se comercializava comida caseira e algumas bebidas para os moradores e trabalhadores locais (Prefeitura Municipal de Açailândia [PMA], 2008).

Com o tempo, surgiram novas casas comerciais (botequins), de origem primitiva, porém, para os padrões da época supria as necessidades básicas existentes. Outro nome que merece destaque no histórico do ciclo comercial de Açailândia é o Senhor, conhecido popularmente com Zé Miúdo, que juntamente com outros moradores formaram a primeira feira popular localizada na Avenida Bernardo Sayão, no centro comercial atual da cidade, sendo posteriormente transferido à outra localidade (PMA, 2008).

Atualmente a atividade comercial na localidade encontra-se bastante diversificada, englobando gêneros alimentícios, vestuários, grandes empreendimentos imobiliários, siderúrgicas, e lazer associado ao turismo rural em fazendas do entorno, que fomentam a economia municipal.

3. A GESTÃO AMBIENTAL E A ATIVIDADE COMERCIAL

Os princípios de desenvolvimento sustentável foram estabelecidos em 1972 pela ONU, na Conferência de Estocolmo, Suécia, com o objetivo de conciliar o desenvolvimento socioeconômico com a conservação dos recursos naturais, no entanto, alguns países e dentre eles o Brasil rejeitaram o propósito de adotar estes princípios (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE], 2006).

Porém, após várias discussões no cenário internacional, em 1992 realizou-se no Brasil a ECO-92, **Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento** (CNUMAD), onde foram criados diversos documentos, sendo a Agenda 21, um dos mais importantes, por constituir um plano de estratégias e critérios que viabilizam um novo padrão de desenvolvimento, estabelecido pela ONU (Kraemer, 2008; De Carlo, 2006).

Após este momento, a posição dos países que participaram dessa conferência tornou-se mais coeso com as propostas de sustentabilidade ambiental. Ao passo que na evolução das relações comerciais, a variável ecológica dentro do contexto empresarial, tornou-se requisito indispensável para a permanência de uma empresa no mercado, devido às pressões legais, econômicas e sociais (Backer, 2002; Dias, 2006).

Entretanto, surgem diversas interrogações quanto à questão econômica. Vários empresários dos diversos setores sejam eles, Comerciais, Administrativos ou de Recursos Humanos apresentam dúvidas sobre a relação custos-benefícios da variável ambiental, que passaram a obter respostas com as propostas de sistemas de gestão ambiental.

Tachizawa (2008) relata que:

“a transformação e influência ecológica nos negócios se farão sentir de maneira crescente e com efeitos econômicos cada vez mais profundos. As organizações que tomarem decisões estratégicas integradas à questão ambiental e ecológica conseguirão significativas vantagens competitivas,

quando não, redução de custos e incremento nos lucros a médio e longo prazo.” (p. 11).

Supermercados, siderurgias e tecelagem são exemplos de setores que já assumiram o compromisso com o novo modelo de desenvolvimento, ao incorporarem em sua política administrativa a gestão ambiental, onde, a obrigatoriedade do sistema de gerenciamento ambiental é aplicada aos diversos sistemas organizacionais e de produção, valorizando os recursos ambientais, fonte de matérias-primas necessárias à produção de bens de consumo, e principalmente o grupo humano (De Carlo, 2006).

Para tanto, faz-se necessário o incentivo à criatividade de forma a se transformar as restrições e ameaças ambientais em oportunidades de negócios (Donaire, 1999), e uma das principais ferramentas para essa transformação é a gestão ambiental que contribuirá para proteção ambiental e à saúde pública, marketing ambiental, manter um bom relacionamento com a comunidade e com organizações e governos, garantir acesso a financiamentos, obter seguro a custos menores, reduzir custos, causas trabalhistas e o consumo de materiais (Klassen & McLaughlin, 1996; De Carlo, 2006; Switzerland, 2000).

3.1 A atividade comercial no contexto da cidade de Açailândia - MA

Após as primeiras manifestações das atividades comerciais em Açailândia, o comércio tem se diversificado em diferentes ramos, contudo, durante um longo período, a produção madeireira constituiu-se a principal atividade econômica da cidade, mas após o início da década de 1990, estas empresas se deslocaram para outras regiões, marcando assim um período de decadência.

Entretanto, paralelo ao desenvolvimento e decadência da atividade madeireira, estruturam-se outros segmentos econômicos, como a agropecuária agricultura, as indústrias siderúrgicas e principalmente o comércio de produtos diversificados, movimentando assim a economia da cidade e gerando renda para população (PMA, 2008).

Segundo uma pesquisa realizada pelo SEBRAE, em 2006, com o objetivo de capacitar os empresários do comércio varejista na cidade de Açailândia, revelaram-se a existência de 700 estabelecimentos comerciais em diferentes níveis. A pesquisa constatou que das 117 empresas comerciais existentes submetidas a entrevistas, são classificadas a maioria como unidade de menor tamanho, ou seja, micro e pequenas, o que significa dizer que a atividade comercial absorve grande parte da mão-de-obra, depois do pólo siderúrgico da cidade.

Verificou-se ainda, que os tipos de atividades comerciais predominantes, são voltados ao ramo de gêneros alimentícios, tecidos e confecções em geral, armarinhos, artigos para presentes e diversos, além de produtos farmacêuticos e de perfumaria, demonstrando a grande diversidade do comércio açailândense (SEBRAE, 2006).

De acordo, com dados fornecidos pela Coordenadoria de Arrecadação e Tributação de Açailândia, atualmente no município há 3.549 empresas cadastradas, porém, apenas 1.702 empresas são consideradas jurídicas, dentre as quais, apenas 768 são instituições comerciais jurídicas, e 934 são prestadoras de serviços; o que representa um número significativo para uma economia em expansão.

Outro dado importante, fornecido pelo SEBRAE refere-se a representatividade das micro e pequenas empresas no país, cerca de 4,63 milhões das empresas brasileiras, 93,09% são micro e pequenas empresas e empregam 60% da mão-de-obra do Brasil. Esses números revelam a importante contribuição dos pequenos negócios para a economia e a necessidade de se incorporar princípios fundamentais da gestão ambiental, não como obrigatoriedade, mas como oportunidades de novos negócios.

4. OS BENEFÍCIOS DA GESTÃO AMBIENTAL PARA ATIVIDADE COMERCIAL

Após diversas conferências mundiais para discutir a problemática sócio-ambiental e econômica no mundo, a gestão ambiental tornou-se um meio eficaz para garantir os princípios básicos para a conservação dos recursos naturais, através de processos mitigadores ou corretivos que poderão ser implantadas pelos diferentes setores econômicos e sociais.

De acordo com Kraemer (2008) estes processos de produção de conhecimento têm oportunizado o desabrochar de práticas positivas e pró-ativas, tornando possível o fazer acontecer e tornar real o novo cenário necessário e irreversível, caminho de mudanças, em especial pela implementação de sistemas de gestão ambiental.

O sistema de gestão ambiental inclui diversos processos que abrangem a estrutura organizacional da empresa, atividades de planejamento, responsabilidades, treinamento de pessoas, a manutenção do sistema aplicado, dentre outros elementos (Friedman, 2003).

São muitas as vantagens que o sistema de gestão ambiental pode oferecer as empresas engajadas à causa ambiental; dentre elas podemos destacar (Klassen & Mclaughlin, 1996; De Carlo, 2006; Switzerland, 2000; Friedman, 2003; Brady, 2005):

I. Benefícios para empresas:

- Criação de uma imagem “verde”;
- Acesso a novos mercados;
- Redução de acidentes ambientais e custos de remediação;
- Conservação de energia e recursos naturais;
- Racionalização de atividades;
- Menores riscos de sanções do poder público;
- Redução de perdas e desperdícios;
- Maior economia;
- Facilidade de acesso a financiamentos.

5. CARACTERIZAÇÃO METODOLÓGICA E RESULTADOS

5.1 Caracterização metodológica

A pesquisa pôde ser caracterizada como exploratória e descritiva do tipo *survey*, pois este tipo de estudo visa à obtenção de dados ou informações sobre as características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população alvo por meio de instrumento de pesquisa, normalmente um questionário (Freitas, Oliveira, Saccol & Moscarola, 2000; Gil, 1991; Silva, 2003).

O estudo foi orientado em duas vertentes, a primeira voltada à análise socioeconômica e a segunda relativa à questão ambiental das empresas em estudo, tendo como parâmetro o tempo de mercado das empresas pesquisadas (existência) alicerçadas nas seguintes informações apresentadas abaixo.

Diante das informações obtidas na Coordenadoria de Tributos do Município de Açaíândia, verificou-se que o número de empresas jurídicas comerciais cadastradas no município, equivalia a 768; contudo, o número de empreendimentos comerciais localizados no espaço geográfico dos logradouros públicos: Avenida Desembargador Tácito Caldas, Avenida Dorgival Pinheiro de Sousa, Rua Marly Sarney e Rua Duque de Caxias; correspondem a 495 empresas. Destas, foram avaliadas como amostra representativa do universo amostral 46 empresas, localizadas no centro comercial, por estarem nas principais avenidas do município.

Em relação às entrevistas, o instrumento de coleta de dados foi estruturado através de questionários, com perguntas do tipo “fechada” (uma única resposta entre várias opções possíveis), formuladas em um modelo do tipo “Escala de Likert”, ou seja, aquelas que devem ser analisadas dentro de um tipo de escala de mensuração, pois as prioridades variam de acordo com o posicionamento do entrevistado. Neste sistema a tabulação e análise dos dados são facilitados segundo Silva (2003).

5.2 Resultados e discussões

Dentre as empresas presentes no centro comercial de Açailândia, foi escolhido um total de 46, investigando-se perfil de atividade comercial e variáveis ambientais. A primeira variável avaliada referiu-se ao tempo de atividade comercial. Observou-se que 08 empresas, atuam a menos de um ano no mercado, podendo-se verificar que as demais, 38 empresas, apresentam determinado tempo de funcionamento (Gráfico 01).

Gráfico 01: Respostas dos empresários sobre permanência no mercado.

A variável tempo de atividade relaciona-se diretamente com a experiência na gestão do negócio, isto pode levar o negócio ao fracasso, uma vez que oportunidades podem ser perdidas no processo gerencial, envolvendo variáveis econômicas e gerenciais por exemplo. Greatti (2003) aponta que nos primeiros anos do negócio, faz-se necessária dedicação e trabalho, para ocorrer à solidificação do negócio, não menosprezando a prática da ética, da responsabilidade social e responsabilidade ambiental nas atividades empresariais.

Relativo ao ramo de atividade observou-se uma predominância das relacionadas a vestuário e calçados, totalizando-se 17 empresas. Já, os aspectos da regularização junto aos órgãos competentes, 42 estavam devidamente cadastrados, enquanto 04 encontravam-se em processo de regularização.

Os entrevistados alegaram também, que o sistema administrativo empregado no estabelecimento constitui o convencional, o que evidencia certa resistência de alguns empresários em não adotar outro sistema administrativo em seus estabelecimentos, porém, há um pequeno número, mas expressivo de empresas agregando ao processo administrativo programas de qualidade (15) e programas sociais (05). No entanto, o gerencialmente ambiental constituiu-se não expressivo frente à grande expansão do consumerismo ambiental brasileiro, sendo apontando por 04 empresas, mas de forma incipiente.

Quando questionados, sobre formas de aumentar a competitividade, foi apontado como principal fator, de forma unânime, a redução de custos, embora 60,87% destes tenham citado a existência de programas para redução de custos. Destes, 18 citaram a compra de

insumos mais baratos, 01 apontou a reciclagem de resíduos e 11 descreveram outros processos gerenciais não vinculados a gestão ambiental (Gráfico 02).

Gráfico 02: Respostas dos empresários sobre os programas de redução de custos nas empresas.

A segunda etapa da pesquisa abordou as questões ambientais, o que nos proporcionou avaliar a importância da variável ambiental dentro do contexto destas empresas, onde o parâmetro utilizado foi à questão sobre o conhecimento do sistema de Gestão Ambiental.

Notou-se que 80,43% dos entrevistados alegaram desconhecer este sistema, enquanto 19,57% alegam ter algum conhecimento, embora, parte destes, alegou ser desnecessária sua implantação, por fatores diversos, como o custo de implantação (Gráfico 03).

Gráfico 03: Respostas dos empresários sobre o conhecimento de Gestão Ambiental.

Este dado condiz com o relatado por Pinheiro, Oliveira e Castro (2007), que apontaram resistências a mudanças nas empresas, não só no aspecto ambiental, sendo complexo, uma vez que há influência de vários fatores, que se bem gerenciado, pode ser mitigado. Apontaram ainda as seguintes estratégias genéricas para minimizar os efeitos da resistência às mudanças: Educação e comunicação, Participação e envolvimento e Facilitação e suporte.

Ferro, Bonacelli e Assad (2006) citam em seu estudo, que este perfil varia de uma região para outra, pois há inúmeros projetos ambientais sendo desenvolvidos por empresas, junto às comunidades locais, demonstrando diferente percepção da questão ambiental,

tornando-se esse aspecto uma importante fonte de aproveitamento de oportunidades técnico-econômicas, em contraposição a concepções mais conservadoras, observadas neste estudo.

Apesar deste quadro, 30 dos entrevistados, alegaram ter intenções em agregar ações ambientais no sistema administrativo, embora, não o tenham feito até a conclusão deste estudo, tendo como os principais fatores alegados: à falta de informações, dificuldade financeira para investimentos, precisa de mais incentivos, não tem interesse ou acham desnecessário (Gráfico 04).

Gráfico 04: Respostas dos empresários sobre a dificuldade em implantar o Sistema de Gestão Ambiental.

Em vista a essas observações contrárias à gestão ambiental, pode-se inferir uma percepção ainda conservadora, predominante nas instituições avaliadas, tendo-se como fatores negativos:

- perda de marketing, através das atividades coletivas ambientais;
- oportunidade de identificar perdas com recursos e insumos, como gastos com desperdícios de energia e água;
- perda de dinheiro, pela ausência de práticas de reciclagem e reaproveitamento de resíduos sólidos;
- e os impactos negativos decorrentes de suas atividades sobre o meio ambiente e à comunidade local.

6. CONCLUSÃO

A implantação de um sistema de gestão ambiental, para uma empresa que pretende melhorar a sua posição em relação ao meio ambiente, constitui um reflexo do novo cenário econômico comercial, que ao longo dos anos era visto como entrave para alguns empresários que desejavam permanecer no mercado.

As práticas sustentáveis independentes do tipo de atividade ou estabelecimento comercial podem ser aplicadas, para que haja redução de custos e minimização de impactos ambientais, atingindo desta forma uma dimensão que vai além da obrigação, adentrando em um novo paradigma de mercado que ganha força perante a sociedade. Entretanto, esta realidade não se faz presentes em inúmeras regiões do país, como o segmento comercial analisado neste estudo que vem demonstrando uma postura conservadora frente as possibilidade de ganhos competitivos, econômicos, sociais e ambientais frente às atividades desenvolvidas em seus segmentos comerciais.

Percebe-se assim, a grande necessidade de informar este público, para que no futuro, a questão ambiental possa ser inserida do contexto empresarial da região, não como obrigatoriedade, impostas por pressões governamentais, mas por uma ética ecológica que se apresenta como necessidade de se buscar alternativas, que indiquem caminhos sustentáveis para as pequenas empresas.

A mudança necessária é em síntese, uma mudança cultura, com toda a complexidade que envolve. Esse tipo de mudança opera-se em ritmo necessariamente lento, pela substituição gradual de valores, símbolos e mitos, e só surte efeito se os membros de uma dada sociedade ou organização realmente a percebem com necessária e a desejam.

A fim de atuarem como atores cada vez mais importantes no cenário social, econômico e ambiental contemporâneo, estas organizações precisam ser incorporadas ao debate atual sobre uma gestão integrada visando à busca do equilíbrio dentro do sistema produtivo.

REFERÊNCIAS

- Backer, P. de (2002). *Gestão Ambiental: A Administração Verde* (1.ed). Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Brady, J (2005). *Environmental management in organizations: the IEMA handbook*. (2. Ed.) Lincoln: Institute of Environmental Management and Assessment.
- De Carlo, S. Gestão ambiental nos municípios brasileiros: impasses e heterogeneidade. (Tese de doutorado - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável – Universidade de Brasília, 2006). 330f.
- Dias, R. (2006). *Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade* (2. Ed). Rio de Janeiro: Atlas.
- Donaire, D (1999). *Gestão Ambiental na Empresa* (2. Ed). Rio de Janeiro: Atlas.
- Ferro, A. F. P; Bonacelli, M. B. M. & Assad, L. D (2006). Oportunidades tecnológicas e estratégias concorrenciais de gestão ambiental: o uso sustentável da biodiversidade brasileira. *Gestão & Produção*, vol.13 n.3, 30 - 37.
- Freitas, H.; Oliveira, M.; Saccol, A. Z. & Moscarola, J (2000). O método da pesquisa survey. *Revista de Administração da USP*. V 35, n 3, 105-112
- Friedman, F. B (2003). *Practical Guide to Environmental Management* (9. Ed). Washington: Environmental Law Institute.
- Gil, A. C (1991). *Como elaborar projetos de pesquisa* (3. Ed). São Paulo: Atlas.
- Gomes, D. V (2006). Educação para o consumo ético e sustentável. *Rev. eletrônica Mestr. Educ. Ambient.* Volume 16, 20 - 25.
- Greatti, L (2003). Perfis empreendedores: Análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no Município de Maringá. (Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Maringá e Universidade Estadual de Londrina consorciadas). 167F.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE (2007). *Cidades 2007*. Recuperado em 03 de março de 2008, site: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>.

Klassen, R. D. & Mclaughlin, C. P (1996). The impact of environmental management on firm performance. *Management science*, vol. 42, no8, 1199-1214.

Kraemer, M. E. P. (2008). *Gestão Ambiental: Um Enfoque no Desenvolvimento Sustentável*. Recuperado em 02 de abril de 2008. Site: <http://scholar.google.com.br/scholar?q=gestao+ambiental+e+o+comercio&hl=pt-BR&lr=&start=30&sa=N>.

Pinheiro, C. R. M. S.; Oliveira, O. J. & Castro, R (2007). Um estudo sobre resistência à implantação da norma ISO 14001. *X - Seminários em Administração – SEMEAD*. São Paulo.

PREFEITURA MUNICIPAL DE AÇAILÂNDIA – MA (PMA) (2008). *Dados de Açailândia*. Recuperado em 03 de março de 2008, Site: http://www.acailandia.ma.gov.br/matriz.php?pg=hino_acai.php.

Rouanet, L. P (2008). *Ética ambiental e irreversibilidade*. Recuperado em 08 de dezembro de 2008, site: <http://br.geocities.com/eticaejustica/ambiental.pdf>.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE (2006). *Gestão Ambiental: Desperdício ontem. Lucro hoje. A Questão Ambiental e as Empresas* (4. Ed). Brasília. DF.

Silva, D. G. K. C. Gestão ambiental na saúde pública: Um estudo sobre a percepção ambiental em laboratórios de análises clínicas (2003). (Dissertação de Mestrado – Pós -Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, UFRN), 130f.

Switzerland, L (2000). Environmental management systems: empirical evidence and further perspectives. *European Management Journal*, v. 18, i. 1, 23-37.

Tachizawa, T. R. H (2008). Gestão Ambiental e o novo Ambiente Empresarial. Recuperado em 06 de março de 2008. Site: http://www.rhportal.com.br/artigos/wmview.php?idc_cad=b98fzde4c.