

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

VIVYANNE CRISTHNE DE JESUS SANTOS

**A SUSTENTABILIDADE NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO:** um estudo de caso sobre uma
correspondente bancária em São Luís.

São Luís
2018

VIVYANNE CRISTHINNE DE JESUS SANTOS

**A SUSTENTABILIDADE NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COMO
DIFERENCIAL COMPETITIVO: um estudo de caso sobre uma correspondente
bancária em São Luís**

Monografia apresentada ao curso de
Administração da Universidade Estadual do
Maranhão, para obtenção do grau de
Bacharel em Administração.

Orientador Prof. Esp. Wesley Phelix Silveira
Rabelo

São Luís

2018

Santos, Vivyanne Cristhinne de Jesus.

A sustentabilidade nas micro e pequenas empresas como diferencial competitivo: um estudo de caso sobre uma correspondente bancária em São Luís / Vivyanne Cristhinne de Jesus Santos. – São Luís, 2018.

56 f.

Monografia (Graduação) – Curso de Administração, Universidade Estadual do Maranhão, 2018.

Orientador: Prof. Esp. Wesley Phelix Silveira.

1.Gestão ambiental. 2.Vantagem competitiva. 3.Micro e pequenas empresas. 4.Estratégia. I.Título

CDU: 334.012.64/.65:502.131.1

VIVYANNE CRISTHINNE DE JESUS SANTOS

**A SUSTENTABILIDADE NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COMO
DIFERENCIAL COMPETITIVO: um estudo de caso sobre uma correspondente
bancária em São Luís**

Monografia apresentada ao curso de
Administração da Universidade Estadual do
Maranhão, para obtenção do grau de
Bacharel em Administração.

Aprovado em: 13 /12/2018

BANCA EXAMINADORA

Prof. Esp. Wesley Phelix Silveira Rabelo (Orientador)
Universidade Estadual do Maranhão

Prof. Esp. Rommel Moreira Sousa
Universidade Estadual do Maranhão

Prof. Esp. Adriana Santos da Silva
Universidade Estadual do Maranhão

AGRADECIMENTOS

Quero primeiramente agradecer a Deus, pelo dom da vida, por ter me dado saúde, força e discernimento para ultrapassar cada obstáculo e ter chegado até aqui.

Aos meu pais, Renildo Santos e Francisca Santos, e ao meu irmão Dennys Muller, pelo amor, todo incentivo e dedicação, a eles sou grata por tudo.

Aos meus amigos da graduação, em especial Cyntia Lethicya, Juliany Silva, Camila Azevedo, Rebeca Bacelar, por todo companheirismo e aprendizado compartilhado durante esses anos.

Aos demais amigos que sempre me apoiaram, agradeço por estarem sempre presente na minha vida.

Ao Professor Orientador Wesley Phelix, pela orientação, por todo auxílio dado para realização deste trabalho e aos demais professores que contribuíram para um melhor aprendizado.

Sou muito grata a todos que me ajudaram e me incentivaram a ser uma pessoa melhor e por ter chegado até aqui. Muito obrigado a todos vocês!

Consagre ao Senhor tudo o que você faz, e os seus planos serão bem-sucedidos.

(Provérbios 16:3)

RESUMO

A sustentabilidade empresarial é vista como uma oportunidade de novos negócios, que possibilita novas políticas de estratégia, porém, para as organizações trilhar por esse caminho, ainda é um grande desafio para elas. As micro e pequenas empresas além de serem fundamentais para economia do país, também são essenciais no desenvolvimento de práticas sustentáveis, dessa maneira, o ato de aliar a sustentabilidade com o retorno financeiro, agrega para a empresa vantagem competitiva. Nesse contexto, a presente pesquisa tem por objetivo, identificar e caracterizar a Empresa “Beta” frente a execução das atividades operacionais em prol da sustentabilidade como diferencial competitivo no setor de correspondente bancário na cidade São Luís- MA. De forma mais específica, identificar as atividades operacionais quanto a usabilidade de princípios sustentáveis; caracterizar as atividades operacionais quanto sustentáveis ou não sustentáveis amparadas na ISO 14001; correlacionar as vantagens proporcionadas pelas atividades sustentáveis frente ao cenário competitivo no mercado financeiro. O presente trabalho foi elaborado em uma metodologia de estudo de caso, com base em uma pesquisa qualitativa e quantitativa, para tal, o instrumento utilizado para coleta de dados foi a aplicação de um questionário contendo 14 questões, no qual foi aplicado com os colaboradores da organização. Nesse sentido ficou evidenciado que para que haja desenvolvimento sustentável na empresa, é necessário que haja conscientização dos gestores e a qualificação dos colaboradores, para adoção de políticas sustentáveis, visando a redução dos impactos ambientais e ser competitiva no mercado.

Palavras-chave: Gestão ambiental. Vantagem competitiva. Micro e pequenas empresas. Estratégia.

ABSTRACT

Business sustainability is seen as an opportunity for new business, which makes possible new strategy policies, but for organizations to tread this way, it is still a great challenge for them. Microenterprises and small businesses are essential for the country's economy and are also essential in the development of sustainable practices. In this way, combining sustainability with financial returns adds to the company's competitive advantage. In this context, the present research aims to identify and characterize the "Beta" Company against the execution of operational activities in favor of sustainability as a competitive differential in the correspondent banking sector in the city of São Luís - MA. More specifically, identify operational activities regarding the usability of sustainable principles; characterize operational activities as sustainable or unsustainable under ISO 14001; correlate the advantages offered by sustainable activities in the face of the competitive scenario in the financial market. The present work was elaborated in a methodology of case study, based on a qualitative and quantitative research, for that, the instrument used for data collection was the application of a questionnaire containing 14 questions, in which it was applied with the collaborators of the organization. In this sense, it was evidenced that for there to be sustainable development in the company, it is necessary that there be awareness of the managers and the qualification of employees, to adopt sustainable policies, aiming at reducing environmental impacts and being competitive in the market.

Keywords: Environmental management. Competitive advantage. Micro and small businesses. Strategy.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- PIB – Produto Interno Bruto
- SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- MPES – Micro e Pequenas Empresas
- MEI – Micro Empreendedor Individual

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Modelo Triple Bottom Line.....	14
Gráfico 1– Faturamento médio e mediana (em milhares de R\$ cte maio/16).....	20
Figura 2 – Estratégias genéricas de Porter.....	24
Quadro 1 – Benefícios de ser uma empresa sustentável.....	31
Gráfico 2– A empresa inclui o tema sustentabilidade nas políticas corporativas da empresa?	33
Tabela 1– Indicadores de sustentabilidade e padrões de qualidade.....	34
Gráfico 3 –Percepção dos colaboradores quanto aos padrões e normas de qualidade.....	35
Gráfico 4 – Percepção dos colaboradores quanto a coleta seletiva.....	36
Tabela 2 – Percepção dos colaboradores sobre práticas sustentáveis.....	37
Gráfico 5 – Percepção dos colaboradores quanto ao consumo, quais ações a empresa deve implementar.....	39
Gráfico 6 – Percepção dos colaboradores quanto a educação ambiental empresarial, quais ações a empresa deve implementar.....	40

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 CONTEXTO HISTÓRICO DA SUSTENTABILIDADE.....	11
2.1 Conceito e definições.....	13
2.2 Legalidade.....	15
2.3 Norma ISO 14001.....	17
3 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	19
3.1 Correspondente bancário.....	21
4 MERCADO COMPETITIVO.....	25
5 METODOLOGIA	25
5.1 Tipo de pesquisa.....	25
5.2 Local de pesquisa	26
5.3 Universo e amostra.....	26
5.4 Coleta de dados.....	27
5.5 Análise e interpretação dos dados	27
6 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	29
6.1 Caracterização da empresa.....	29
6.2 Sustentabilidade na empresa.....	30
6.3 Indicadores de sustentabilidade corporativa.....	33
6.4 Práticas sustentáveis.....	35
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
APÊNDICE	45

1 INTRODUÇÃO

As Empresas são organismos vivos, que precisam crescer, evoluir e explorar seu potencial para cumprir a sua missão. Ao longo do tempo, elas enfrentam os mais diversos desafios, seja simplesmente para sobreviver, seja para crescer e ocupar seu lugar no mercado. O final do século 20 trouxe um novo tema e uma nova vantagem competitiva para as empresas: a sustentabilidade. A mesma deve ser encarada por todas as empresas, desde as micro até grandes corporações. (SEBRAE 2017).

O surgimento da nova convenção, popularizada no termo Desenvolvimento Sustentável, foi capaz de alterar as regras de concorrência, fazendo com que as empresas necessitassem de novas competências para administrar conflitos e demandas sociais. (VINHA, 2010)

A sustentabilidade nas organizações financeiras, pode estar presente de diversas formas. Em alguns casos, ela se faz mais presente na criação de novos produtos com características específicas ligadas à inclusão social ou à preservação ambiental, por exemplo. Em outros, há maior esforço na mudança de processos existentes, como a inserção de análise de riscos socioambientais no processo de avaliação de risco de crédito ou, ainda, na utilização de critérios de sustentabilidade na seleção de fornecedores. (LINS E WAJNBERG,2007).

Atualmente as organizações estão sendo pressionadas pelos consumidores cada vez mais exigentes e conscientes, onde os mesmos visam dá prioridades para empresas que possui em seu catálogo de produtos e serviços o comprometimento com questões ambientais. A partir desse contexto, as organizações cada vez mais buscam se adequar às novas exigências do mercado e da sociedade.

Desta forma, estratégias empresariais aliadas à sustentabilidade tornam-se elementos importantes nas definições do negócio. A incorporação de modelos sustentáveis de ação passa a ser visto como um diferencial capaz de gerar vantagens competitivas (FERRO; BONACELLI; ASSAD, 2006). Atitudes sustentáveis praticadas como princípios em empresas de todas as atividades econômicas, envolvendo todos os colaboradores, promovem o estabelecimento de uma nova cultura de produção e prestação de serviços responsáveis.

Este trabalho pretende abordar acerca da sustentabilidade nas micro e pequenas empresas, especificamente em uma organização do setor de correspondente bancário, por motivos internos, a mesma não autorizou a divulgação de sua razão social, por esse motivo será identificada como “Beta”. Nesse sentido, a pesquisa traz como problemática: qual a importância da sustentabilidade para uma empresa no ramo de correspondente bancário em São Luís?

De forma geral objetiva-se identificar e caracterizar a Empresa “Beta” frente a execução das atividades operacionais em prol da sustentabilidade como diferencial competitivo. Os objetivos específicos são: identificar as atividades operacionais quanto ao uso de princípios sustentáveis; caracterizar as atividades operacionais quanto sustentáveis ou não sustentáveis amparadas na ISO 14001; correlacionar a vantagens proporcionadas pelas atividades sustentáveis frente ao cenário competitivo do mercado financeiro.

A pesquisa foi realizada com dez colaboradores da empresa “Beta” que voluntariamente se disponibilizaram a ajudar na realização deste trabalho. A mesma está estruturada em sete capítulos. O capítulo primeiro refere-se à introdução do estudo, o capítulo segundo, terceiro e quarto são destinados ao referencial teórico e conseqüentemente, os autores que fundamentam o trabalho. O capítulo cinco apresenta a metodologia que será aplicada. O sexto refere-se a apresentação e análise dos dados da pesquisa. E por fim, o capítulo sete apresenta as considerações finais do estudo.

2 CONTEXTO HISTÓRICO DA SUSTENTABILIDADE

Conforme Dias (2007) a partir do momento em que a humanidade adotou o sedentarismo no período da revolução neolítica (8.000 a 10.000 anos atrás) e passou a viver em aldeias, vilas e cidades, a atividade humana gerou impactos crescentes sobre o meio ambiente. No entanto, o nível de problemas gerados pelas atividades humanas depois da revolução industrial (século XVIII) e suas concentrações urbanas foram os maiores da história da humanidade.

Com os avanços tecnológicos advindos da Revolução Industrial, como por exemplo o surgimento de motores provenientes de queima de biomassa, barcos com combustíveis derivado do petróleo, causaram uma série de impactos, que são prejudiciais à saúde tanto da humanidade como dos animais e plantas. Com o passar do tempo, o desejo do homem de lucrar e a produção em grande escala, passou a ser intensificada causando uma infinidade de consequências sobre o meio ambiente.

As sociedades atuais estão baseadas em um crescimento contínuo do consumo. Esse modelo de desenvolvimento requer meios de produção, meios logísticos, meios de gestão de recursos gerados pelo consumo. Esses meios repousam sobre a exploração dos recursos fósseis e minerais e ultrapassam as capacidades finitas do planeta. Além disto, esse modelo vem sendo utilizado há algum tempo pelos países ricos, que representam aproximadamente 20% da população mundial e que são os maiores responsáveis pelo atual quadro ambiental do planeta. (DIAS, 2007)

Anteriormente, o pensamento da população mundial era que o meio ambiente seria uma fonte inesgotável de recursos e que qualquer ação de benefício para o homem da natureza seria ilimitada. Mas com o decorrer do tempo e o surgimento de alguns fenômenos da natureza, começaram a ser levantados vários questionamentos e a visão de fonte inesgotável foi dando lugar a preocupação com os riscos da degradação do Meio Ambiente.

A discussão sobre o tema ganhou tanta intensidade naquela época que levou a Organização das Nações Unidas (ONU) a promover uma Conferência sobre o Meio Ambiente em Estocolmo (1972). A Conferência teve como objetivo principal alertar a população a fim de melhorar a relação com o meio ambiente e

assim suprir as necessidades da sociedade presente, sem interferir nas gerações futuras.

Vinte anos mais tarde, em junho de 1992, na cidade do Rio de Janeiro, Brasil, acontecia a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e o Desenvolvimento – CNUMAD, mais conhecida como ECO 92 ou Cúpula da Terra. Participaram desta Conferência 172 países, aproximadamente 107 chefes de Estado, além de diversas ONGs e representantes da sociedade civil.

Nesta Conferência foram estabelecidas e apresentadas a Carta da Terra, a Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, as Convenções sobre Diversidade Biológica e também sobre Mudanças Climáticas, além da Agenda 21. (BRASIL, 2008)

Sobre a Agenda 21, fala-se que:

A Agenda 21 pode ser definida como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que concilia métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica (BRASIL, 2008).

A Agenda 21 foi elaborada com a contribuição de governos e instituições da sociedade civil de 179 países, num processo de dois anos, e finalizou-se em meio à realização da Eco 92. O processo de estabelecimento da Agenda 21, assim como os trâmites relacionados à Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento foram amplamente discutidos em Johannesburgo, África do Sul, em 2002, durante a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, também conhecida como Rio +10. (BRASIL, 2018)

No entanto, nos anos seguintes, com o aumento dos estudos a respeito dos impactos ambientais promovidos pelo homem no meio ambiente, chegou-se a conclusões preocupantes em várias áreas e que envolvem diferentes atores sociais indistintamente: empresas, indivíduos e governos na responsabilidade para salvar o planeta. Entre outros temas constantes nas agendas políticas e que hoje são frequentes no noticiário, estão: o efeito estufa, a diminuição da camada de ozônio, a poluição dos mares, a perspectiva de escassez de água potável, a contaminação do ar, do solo, das águas e dos alimentos. (DIAS, 2007).

2.1 Conceito e definições

A palavra “sustentável” provém do latim *sustentare* (sustentar; defender; favorecer, apoiar; conservar, cuidar). Sustentabilidade nos dicionários está definida como a habilidade, no sentido de capacidade, de sustentar ou suportar uma ou mais condições, exibida por algo ou alguém.

Definido pela ONU, em 1987, desenvolvimento sustentável é aquele que “atende as necessidades das gerações presentes sem comprometer a capacidade de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades” (BRUNDTLAND, 1987). Além disso, *Brundtland* conceitua o desenvolvimento sustentável em termos de quatro estratégias inter-relacionadas: gestão dos impactos das populações sobre os ecossistemas, garantia da segurança alimentar mundial, gestão dos recursos naturais e criação de economias sustentáveis. Apesar de estar mundialmente conhecido, este conceito pouco elucida a realidade do desenvolvimento apresentado atualmente na maioria dos territórios.

Segundo Dias (2011), as análises e definições a respeito da sustentabilidade ainda estão focadas no ambiente interno das organizações, voltadas prioritariamente para processos e produtos. Conforme o autor ainda, as variáveis interdependentes, econômica, social e ambiental, as quais envolvem este estudo, devem ser analisadas e definidas de forma integrada pela classe empresarial como socialmente justas, economicamente viáveis e ambientalmente corretas.

Campos, Estender e Macedo (2015, p. 2) apresentam a sustentabilidade como:

[...] um conceito sistêmico que visa suprir todas as necessidades sociais, econômicas, culturais e ambientais para garantir um futuro melhor. [...]. É com a sustentabilidade que os recursos naturais são utilizados de forma inteligente, e são protegidos pensando na geração futura.

Com isso, compreende-se que ela reflete a ideia de que o homem deve desenvolver meios de equilíbrio com o ambiente e o que nele se constrói, para que não incidam em prejuízos ou quaisquer outros danos.

O termo sustentabilidade rapidamente foi implantado no vocabulário politicamente correto de empresas, organizações da sociedade civil, meios de

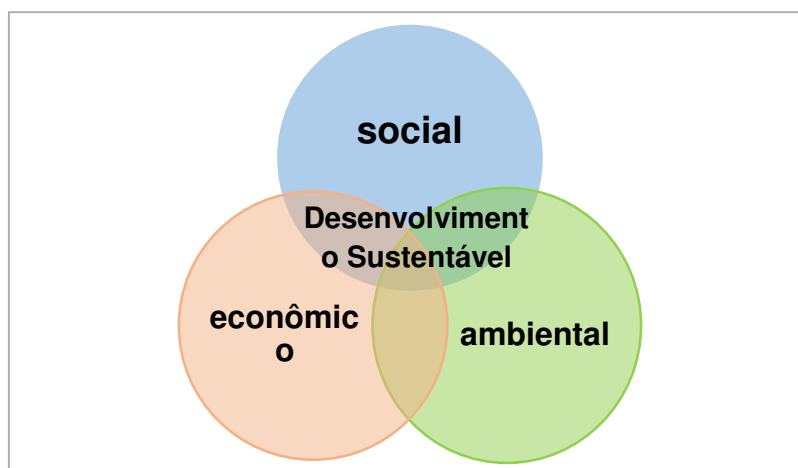
comunicação de massa, etc., entretanto, é realmente importante que seja levado em consideração a definição e pilares: a atenção às questões sociais, ambientais e econômicas de qualquer empreendimento, comunidade e sociedade.

Ser uma organização sustentável significa, portanto, exercitar cotidianamente a responsabilidade e a busca permanente por menores riscos e externalidades negativas. E essa forma de gestão deixa de ser apenas uma busca da satisfação dos acionistas para inserir a organização numa sociedade com mais e melhor qualidade de vida. Ou seja, uma organização sustentável precisa ser economicamente lucrativa, ambientalmente correta e socialmente responsável. Sendo assim, as ações de sustentabilidade precisam atuar como suporte das estruturas de gestão das organizações, e não apenas como ações pontuais. (MARCONDES,2007)

A sustentabilidade pode também ser entendida pelo termo *triple bottom line*, conceito desenvolvido pela consultoria inglesa *Sustainability*, que se refere a um conjunto de indicadores utilizados para a avaliação do desempenho econômico das organizações e das suas ações de responsabilidade social e ambiental.

Segundo Barbosa (2007) os componentes fundamentais para o desenvolvimento sustentável consistem em: crescimento econômico, proteção ao meio ambiente e igualdade social. Esses fundamentos aliados à mudança do paradigma das empresas, que tinham como único foco o lucro, passaram por uma concepção de desenvolvimento sustentável, dando origem ao TBL ou *Triple Bottom Line* da Sustentabilidade (Figura 1).

Figura 1- Modelo Triple Bottom Line



Fonte: Grupo Bioseta, 2018

Deste modo, as empresas passaram a efetuar inovação para melhoria dos processos produtivos; a gerar valor na cadeia produtiva; o alcance de um consumo consciente e, por meio de um pós-consumo, o descarte correto dos produtos e embalagens que contribui para a gestão sustentável. Esta gestão sustentável tem como objetivo reduzir os impactos ambientais, gerar riqueza, valor e atender aos anseios sociais que compõem o TBL (Triple Bottom Line) ou o tripé da sustentabilidade social, ambiental e econômico (BARBIERI et al., 2010).

Souza e Cordeiro (2010) afirmam que para se obter um desenvolvimento sustentável no mercado brasileiro, é necessário alinhar o tripé da sustentabilidade ao planejamento estratégico da organização. Portanto, o desenvolvimento sustentável, provoca a sociedade a não usufruir dos recursos naturais de forma predatória. Assim, sendo necessário atentar-se para a ideia de que os recursos naturais são finitos. Isso não se restringe apenas para as autoridades, mas também, a população e empresas que queiram se enquadrar nesse novo modelo.

2.2 Legalidade

O Direito Ambiental pode ser considerado como um ramo recente do direito, pois apesar da inevitável relação entre homem e o meio ambiente, este não tinha a tutela jurídica necessária para a sua conservação, afinal o homem mantinha uma visão antropocêntrica que o sustentava como o “ser” principal do planeta terra, razão pela qual poderia explorar ilimitadamente todos os recursos naturais.

Entretanto, foram após as catástrofes ambientais, a escassez dos recursos naturais, o crescimento populacional, a desigualdade social e outros problemas que o homem despertou para a correlação de sua existência e a conservação dos recursos naturais. A partir de então, reconheceu que estes são esgotáveis e que se torna insustentável o desenvolvimento econômico e social sem a proteção do meio ambiente.

Sem dúvida, a Constituição de 1988 representa verdadeiro avanço no que se refere aos direitos fundamentais e à tutela do meio ambiente. Nesse sentido, cabe ressaltar que a Carta Magna brasileira de 1988 constitui importante marco

não apenas para a promoção de extenso rol de direitos fundamentais, mas, sobretudo, porque consolida o *status* de direito fundamental ao Meio Ambiente e dos direitos fundamentais *do* Meio Ambiente. Tal mudança normativa impacta no agir da sociedade brasileira, visto que novos valores e novos princípios foram expressamente reconhecidos e positivados.

O legislador Constituinte de 1988 dedicou capítulo próprio ao Meio Ambiente, nos termos do art. 225, *in verbis*:

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

§ 1º - Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao Poder Público:

I - Preservar e restaurar os processos ecológicos essenciais e prover o manejo ecológico das espécies e ecossistemas;

II - Preservar a diversidade e a integridade do patrimônio genético do País e fiscalizar as entidades dedicadas à pesquisa e manipulação de material genético;

III - definir, em todas as unidades da Federação, espaços territoriais e seus componentes a serem especialmente protegidos, sendo a alteração e a supressão permitidas somente através de lei, vedada qualquer utilização que comprometa a integridade dos atributos que justifiquem sua proteção;

IV - Exigir, na forma da lei, para instalação de obra ou atividade potencialmente causadora de significativa degradação do meio ambiente, estudo prévio de impacto ambiental, a que se dará publicidade;

V - Controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente;

VI - promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente;

VII - proteger a fauna e a flora, vedadas, na forma da lei, as práticas que coloquem em risco sua função ecológica, provoquem a extinção de espécies ou submetam os animais a crueldade.

§ 2º - Aquele que explorar recursos minerais fica obrigado a recuperar o meio ambiente degradado, de acordo com solução técnica exigida pelo órgão público competente, na forma da lei.

§ 3º - As condutas e atividades consideradas lesivas ao meio ambiente sujeitarão os infratores, pessoas físicas ou jurídicas, a sanções penais e administrativas, independentemente da obrigação de reparar os danos causados.

§ 4º - A Floresta Amazônica brasileira, a Mata Atlântica, a Serra do Mar, o Pantanal Mato-Grossense e a Zona Costeira são patrimônio nacional, e sua utilização far-se-á, na forma da lei, dentro de condições que assegurem a preservação do meio ambiente, inclusive quanto ao uso dos recursos naturais.

§ 5º - São indisponíveis as terras devolutas ou arrecadadas pelos Estados, por ações discriminatórias, necessárias à proteção dos ecossistemas naturais.

§ 6º - As usinas que operem com reator nuclear deverão ter sua localização definida em lei federal, sem o que não poderão ser instaladas.

Cabe ainda salientar que a Constituição consagrou também dois instrumentos de defesa do meio ambiente: a ação popular prevista no inciso LXXIII, do art. 5º e a ação civil pública prevista no artigo 129, III. Vejamos:

Artigo 5º - LXXIII - qualquer cidadão é parte legítima para propor ação popular que vise a anular ato lesivo ao patrimônio público ou de entidade de que o Estado participe, à moralidade administrativa, ao meio ambiente e ao patrimônio histórico e cultural, ficando o autor, salvo comprovada má-fé, isento de custas judiciais e do ônus da sucumbência.

Portanto, observa-se que para reconhecer o meio ambiente como fator indispensável para a sobrevivência do homem, este teve de atravessar sérias crises econômicas, problemas sociais e escassez dos recursos naturais. Assim, os movimentos sociais em torno da proteção ambiental, deram o impulso necessário para que o Direito regulasse a relação entre o homem e o meio ambiente.

2.3 Norma ISO 14001

A ISO 14001 é um instrumento utilizado para auxiliar as organizações a identificar e gerenciar seus possíveis riscos ambientais presentes em suas práticas. Ela ajuda a melhorar o desempenho das empresas por meio da

utilização eficiente dos recursos e da redução da quantidade de resíduos, ganhando assim vantagem competitiva e a confiança das partes interessadas. (ABNT NBR 2015).

A norma adequa-se todos os tamanhos e tipos de empresas, sendo elas governamentais ou sem fins lucrativos. Ela destaca que as empresas precisam levar em consideração todas as questões ambientais relativas as suas operações, como questões referentes a esgoto e água, resíduos que contaminam o solo, poluição do ar e outros.

De acordo com a ABNT NBR (2015), existem inúmeros motivos para as empresas adotarem uma abordagem estratégica a fim de melhorar o seu desempenho ambiental. Os usuários da norma relataram que a ABNT NBR ISO 14001 auxilia da seguinte maneira:

- Demonstrar conformidade com requisitos legais e regulamentares atuais e futuros
- Aumentar o envolvimento da liderança e o comprometimento dos funcionários
- Melhorar a reputação da empresa e a confiança das partes interessadas mediante comunicação estratégica
- Alcançar os objetivos estratégicos de negócios através da incorporação de questões ambientais na gestão das empresas.

A certificação não é obrigatória para as empresas, porém, obtendo a certificação, a organização demonstra aos seus fornecedores, clientes e demais partes interessadas que sua empresa atua no mercado de forma adequada atendendo as exigências estabelecidas pela norma, impulsionando a competitividade.

3 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

No período da década de 80, as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) ganharam importância econômica e social para os países desenvolvidos e em desenvolvimento (OLIVEIRA; TERENCE; ESCRIVÃO FILHO, 2010; ALBUQUERQUE, 2013). A partir disto, as mesmas ganharam atenção dos governos e estes passaram a criar políticas públicas de apoio aos pequenos negócios (PUGA, 2000; 2002).

No Brasil, o número de micro e pequenas empresas vêm aumentando e mostra que as empresas desempenham um papel de extrema importância no cenário econômico, respondendo, assim, por boa parte da geração de empregos e um grande percentual do PIB. As micro e pequenas empresas são responsáveis pelo grande crescimento do país, e esse aumento é devido graças ao apoio de entidades oficiais (Sebrae, BNDES etc.) que ajudam e facilitam os créditos para que as micro e pequenas empresas possam entrar no mercado formal.

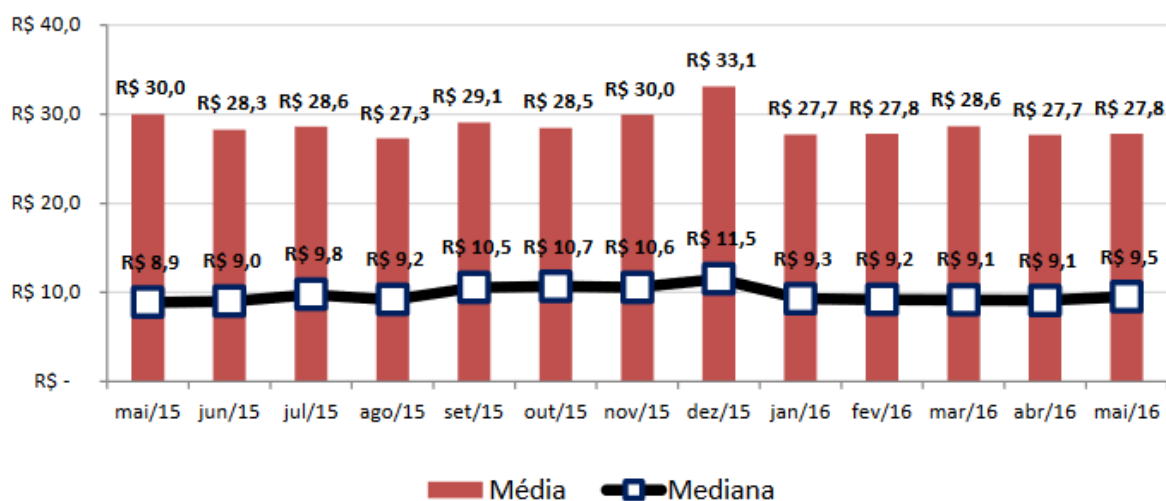
Os termos micro e pequena empresa por muito tempo foram utilizados sem nenhuma distinção (DUTRA; GUAGLIARDI, 1984). O motivo para tal fato pode ser justificado pelas semelhanças existentes entre esses negócios. De acordo com a Confederação Nacional do Comércio (2000), estas características em comum são: estrutura organizacional simples, o dirigente principal é o responsável pelas tomadas de decisões, número de diretores é pequeno, as fontes de financiamento são escassas ou de difícil acesso, a mão de obra normalmente é não especializada, existe uma falta de domínio do setor que atuam, normalmente são subordinadas às empresas de grande porte e existe um vínculo estreito entre o dono e a empresa, o que pode provocar problemas na administração.

Segundo a definição da Lei Geral das MPEs (Lei nº 123/2006), as microempresas são as que possuem um faturamento anual de, no máximo, R\$ 240 mil por ano. As pequenas devem faturar entre R\$ 240.000,01 e R\$ 2,4 milhões anualmente para ser enquadradas. Outra definição é adotada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que limita a microempresas aquelas que empregam até 9 pessoas, no caso de

comércio e serviços, ou até 19 pessoas, no caso dos setores industrial ou de construção.

Segundo SEBRAE (2018) em maio de 2016, o valor médio do faturamento mensal dos Pequenos Negócios foi de R\$ 27,8 mil, o que representou aumento real de 0,4% sobre o mês anterior (descontada a inflação). Colaborou para esse resultado um dia a mais, se comparado ao mês anterior (maio deste ano teve 21 dias úteis, enquanto abril teve 20 dias úteis). Na comparação com maio do ano passado, o faturamento caiu 7,3%, apesar de maio deste ano ter registrado um dia útil a mais que maio de 2015. A Construção Civil, a região Norte e os MEI foram os segmentos que apresentaram a maior proporção de empresas com “estabilidade” do faturamento, em maio de 2016. Destacaram-se neste quesito, os estados de MG, PE e PA, com faturamento estável para, respectivamente, 50%, 47% e 46% das empresas desses estados, contra uma média nacional de 42%. Já os dois estados com maiores percentuais de empresas que computaram aumento no faturamento, em maio/2016, foram o Maranhão e o Amazonas (23% e 22%, respectivamente, contra uma média nacional de 17%).

Gráfico 1 - Faturamento médio e mediana (em milhares de R\$ cte maio/16)



Fonte: SEBRAE, 2018.

Conforme o Imparcial (2017), as empresas enquadradas como micro e pequenas, as MPEs somam hoje 170 mil no Maranhão. Mais de 95% das empresas maranhenses são de micro e pequeno porte e juntas respondem por quase 30% do PIB no estado. Em 2010, eram 60.328 MPEs e MEIs ativos no

Maranhão. Em 2016 esse número era de 167.760, o crescimento foi de 278% em seis anos.

Assim, as MPEs sustentam a economia brasileira, através de geração de empregos e números de estabelecimentos que atendem os consumidores (DARELLA, 2010). O crescimento econômico depende diretamente da criação e da capacidade de manter as empresas que possam sobreviver no mercado atual, podendo gerar serviços e empregos, gerando renda à população econômica e conseguindo sustentabilidade por longo período, gerando maior produção de bens e serviços ao país e melhorando a distribuição de renda no mesmo (DORNELAS, 2003).

As estatísticas divulgadas ressaltam a importância das micro e pequenas empresas comerciais e de serviços na geração de postos de trabalho e renda, subsidiando, assim, a definição dos instrumentos necessários ao fomento de suas atividades.

3.1. Correspondente bancário

A origem dos correspondentes bancários remonta à necessidade dos bancos de prestar serviços a clientes que se encontravam fora de seu território de atuação. Era constituído pela parceria estabelecida entre duas instituições financeiras, comumente utilizada para a viabilização de transferências de recursos monetários ao exterior (DINIZ, 2007).

Os correspondentes bancários são instituições autorizadas pelo Banco Central para prestar serviços de atendimento ao cliente, como por exemplos, empréstimos consignados, cartão de crédito, crédito e arrendamento mercantil e demais serviços.

Os correspondentes bancários podem desenvolver as seguintes atividades, de acordo com Salviano Jr. (2005):

- Recepção e encaminhamento de propostas de aberturas de contas de depósitos à vista e de poupança;

- Recebimentos e pagamentos relativos às contas de depósitos à vista, a prazo e de poupança, bem como aplicações e resgates em fundos de investimentos;
- Recebimentos, pagamentos e outras atividades decorrentes dos convênios de prestação de serviços mantidos pelo contratante (a instituição financeira) na forma da regulamentação em vigor;
- Execução ativa ou passiva de ordens de pagamento em nome do contratante; Recepção e encaminhamento de pedidos de empréstimos e de financiamentos;
- Outras atividades a critério do BACEN.

Um dos grandes desafios da atualidade enfrentados pelos correspondentes bancários é a captação de clientes, ou seja, chamar atenção dos mesmos fazendo com que eles se interessem pelos seus produtos e serviços, com tanta competitividade no mercado, faz-se necessário que a organização busque estratégias para destacar-se dos demais.

Assim, as empresas para sobreviverem à guerra sem trégua de mercado estão buscando a parceria de seus clientes, procurando fazer do relacionamento a principal arma para a luta de mercado. Os novos caminhos exigem uma aguçada percepção das tendências de mercado, visando propiciar êxtase e encantamento aos clientes (COBRA, 2009).

4 MERCADO COMPETITIVO

Um dos fatores mais relevantes a ser considerado atualmente em uma organização é a forma como os possíveis clientes e os que já possuem veem a instituição em relação aos seus concorrentes. Surge, portanto, o fator de comparação, em que a satisfação dos parceiros será fundamental nesse processo de julgamento de valores.

Qualquer produtor que vende seus produtos ou serviços, gerando lucro, dispõe de uma vantagem competitiva com os consumidores que optaram por comprar dele e não de seus competidores. Apesar de a vantagem competitiva resultar de uma diferenciação entre os competidores para que um produtor desfrute de uma vantagem competitiva em um produto ou segmento de mercado, a diferença ou as diferenças entre os competidores devem ser sentidas pelo próprio mercado e nos atributos de produto/entrega considerados critérios fundamentais de compra pelo mercado (COYNE, 1986).

O sucesso das empresas depende essencialmente da qualidade de seus produtos e no atendimento dos serviços prestados ao consumidor, pois isso se constitui num grande diferencial de competitividade.

Para Porter (1989, p. 2):

“A vantagem competitiva surge fundamentalmente do valor que uma empresa consegue criar para seus compradores e que ultrapassa o custo de fabricação pela empresa. A vantagem competitiva pode vir de uma liderança em custos ou de uma estratégia de diferenciação, e o valor gerado destas estratégias deve ser superior ao valor gerado pela concorrência.”

Mas este é o resultado de um processo, pois de acordo com Porter (1989), a vantagem competitiva deve ser compreendida não pela análise da empresa, mas sim pelas diversas atividades que uma organização executa, como marketing, logística, recursos humanos, entre outras.

Segundo Porter (1989) existe dois tipos básicos de vantagem competitiva: liderança de custos e diferenciação. Elas originam da habilidade de uma empresa em lidar com as cinco forças que operam no mercado: Fornecedores, Novos Entrantes, Concorrentes da Indústria, Produtos Substitutos e Compradores. A partir da análise dessas forças a empresa pode identificar os seus pontos fortes e pontos fracos e adotar estratégias para se defender das

forças identificadas. E para abordar o assunto ele desenvolveu três estratégias genéricas: liderança no custo total; diferenciação e enfoque.

Figura 2 - Estratégias genéricas de Porter

		VANTAGEM COMPETITIVA	
		Custo Mais Baixo	Diferenciação
ESCOPO COMPETITIVO	Avo Amplo	1. Liderança em Custo	2. Diferenciação
	Avo Estreito	3 A. Enfoque em Custo	3 B. Enfoque em Diferenciação

Fonte: Porter (1989)

Segundo Porter (1989), as estratégias de liderança no custo e de diferenciação buscam a vantagem competitiva em um limite amplo, enquanto a estratégia do enfoque visa uma vantagem no custo ou uma diferenciação num segmento estreito.

Para que as empresas elas sejam competitivas e alcancem o sucesso desejado, é preciso que elas adotem atitudes e estratégias que possa diminuir seus impactos ambientais, pequenas ações simples que pode transformar drasticamente a rotina de uma organização e fazer com que sejam competitivas.

As empresas, que desejam manter sua competitividade em longo prazo, devem responder às expectativas dos cidadãos-consumidores, valorizando o comportamento sustentável, participando de evento sócio - cultural e demonstrar a população que seu processo produtivo respeita as regulamentações previstas em leis, proporcionando condições de trabalho e capacitando seus funcionários para a realidade ambiental. Esses requisitos agregam valor à empresa e ao seu produto, conquistando a confiabilidade da sociedade e assegurando a competitividade. (OLIVEIRA, et al 2011).

5 METODOLOGIA

Nesta seção, será descrita os procedimentos técnicos utilizados no desenvolvimento deste trabalho. Para Lakatos e Marconi (2003, p. 83), “método é o conjunto das palavras sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo- conhecimentos válidos e verdadeiros- traçando um caminho a ser seguido.

5.1 Tipo de pesquisa

Segundo Gil (2007, p. 17), pesquisa é definida como o:

(...) procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa desenvolve-se por um processo constituído de várias fases, desde a formulação do problema até a apresentação e discussão dos resultados.

Só se inicia uma pesquisa se existir uma pergunta, uma dúvida para a qual se quer buscar a resposta. Pesquisar, portanto, é buscar ou procurar resposta para alguma coisa.

Quanto a abordagem da pesquisa, será de caráter qualitativa e quantitativa, a pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria.

De acordo com Deslauriers (1991, p. 58):

Na pesquisa qualitativa, o cientista é ao mesmo tempo o sujeito e o objeto de suas pesquisas. O desenvolvimento da pesquisa é imprevisível. O conhecimento do pesquisador é parcial e limitado. O objetivo da amostra é de produzir informações aprofundadas e ilustrativas: seja ela pequena ou grande, o que importa é que ela seja capaz de produzir novas informações.

A pesquisa quantitativa tem suas raízes no pensamento positivista lógico, tende a enfatizar o raciocínio dedutivo, as regras da lógica e os atributos mensuráveis da experiência humana.

Esclarece Fonseca (2002, p. 20):

Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade.

Quantos aos procedimentos; será a pesquisa bibliográfica, que segundo Prodanov (2013), é desenvolvida a partir de materiais já elaborados, como: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico e internet. Através deste procedimento será possível ter acesso a empresas que visam ser competitivas por meio da sustentabilidade e contribua para os resultados obtidos.

Outro método utilizado será o estudo de caso, que é usado em muitas situações, para contribuir ao nosso conhecimento dos fenômenos individuais, grupais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados. Naturalmente, o estudo de caso é um método de pesquisa comum na psicologia, sociologia, ciência política, antropologia, assistência social, administração e planejamento comunitário. (Yin, 2015).

De acordo com Gil (2008), o estudo de caso consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.

5.2 Local da pesquisa

A pesquisa foi realizada em uma empresa no setor de correspondente bancário no qual preferiu não ser identificada e por esse motivo a mesma será definida como “Beta”, localizada na cidade de São Luis-MA.

5.3 Universo e amostra

O universo ou população da pesquisa é caracterizado pela definição da área ou população alvo, descrevendo a quantidade de pessoas que atuam na pesquisa. Para Marconi e Lakatos (2003), universo ou população é o conjunto

de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum.

A população estudada consiste nos colaboradores da empresa Beta que se propuseram a participar da pesquisa de forma voluntária. Ainda assim, não se utilizou um cálculo amostral para definir o “N” da pesquisa, e sim por conveniência.

5.4 Coleta de dados

Segundo Lakatos e Marconi (2003, p.165), “a coleta de dados é a etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos”. É uma tarefa cansativa e toma, quase sempre, mais tempo do que se espera. Exige do pesquisador paciência, perseverança e esforço pessoal, além do cuidadoso registro dos dados e de um bom preparo anterior. São vários os procedimentos para a realização da coleta de dados, que variam de acordo com as circunstâncias ou com o tipo de investigação. Em linhas gerais, as técnicas de pesquisa são: observação, entrevista, questionário, formulário, coleta documental, teste e dentre outros.

O período de aplicação do estudo desta pesquisa foi dado no segundo semestre do ano de 2018. Sendo nos meses de agosto e setembro a coleta dos dados. Já no mês de outubro e novembro o estudo dos resultados.

A coleta de dados se deu pelo levantamento bibliográfico de artigos, livros e documentos para fins de elaborar o referencial teórico sobre o tema abordado. Além do questionário adaptado para a realidade da empresa “Beta”, e a técnica da observação, para identificar dos colaboradores seu posicionamento a respeito da sustentabilidade como diferencial competitivo no mercado.

5.5 Análise e interpretação dos dados

As técnicas de análise de dados são determinadas conforme a abordagem atribuída a pesquisa. Os dados de uma pesquisa podem ser analisados quantitativamente, quando o pesquisador fará uso de procedimentos estatísticos para efetuar a análise. No caso da abordagem qualitativa, as

técnicas buscarão apresentar os dados de modo codificado, estruturado e analisado. (VERGARA, 2010, p.57)

Esta técnica possibilita a realização de estudos, utilizando trabalhos científicos, permitindo uma análise dos dados no que tange a área de pesquisa, metodologia, técnica de coleta de dados, além de análise mais detalhadas quanto às referências bibliográficas. (KOBASHI; SANTOS 2008, p. 109)

Será utilizada também a análise de conteúdo que é o conjunto de instrumentos metodológicos, em constante aperfeiçoamento, onde se analisa diferentes fontes de conteúdo (verbais ou não-verbais).

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esta pesquisa foi realizada em uma empresa no ramo de correspondente bancário na cidade de São Luís. Considera-se que o objetivo central desta pesquisa é identificar e caracterizar a Empresa “Beta” frente a execução das atividades operacionais em prol da sustentabilidade como diferencial competitivo no setor de correspondente bancário em São Luís-MA. De acordo com este objetivo, foi elaborado um questionário contendo quatorze questões a ser analisadas, o mesmo foi adaptado com o intuito de atender os objetivos da pesquisa.

Nesta seção serão apresentados os resultados simultaneamente com as discussões, com as respostas obtidas pelo questionário aplicado aos colaboradores.

6.1 Caracterização da empresa

A empresa, por motivos internos, não autorizou divulgar o nome fantasia e/ou razão social do negócio. Portanto, adotou-se durante a apresentação da organização nesta pesquisa a nomenclatura de empresa “Beta”.

A empresa objeto de estudo é uma correspondente bancária que atua na cidade de São Luís há alguns anos. A mesma surgiu a partir da ideia de um jovem, com o sonho de ter seu próprio empreendimento, hoje a empresa conta com dois sócios que visam ser reconhecidos pela sua credibilidade e almejam se tornar referência nacional no seguimento de correspondente bancária.

Para Hack (2013), toda organização surge através do lado empreendedor das pessoas, que tem como objetivo criar seu próprio negócio, uma nova ideia pode surgir de uma oportunidade de negócio identificada, pela disponibilidade de capital, ou, até mesmo, por estarem insatisfeitos com o emprego atual, esses são alguns dos principais fatores que incentivam o desenvolvimento do próprio negócio.

As atividades da empresa estão relacionadas a sua missão que é proporcionar aos seus clientes soluções financeiras por meio do empréstimo consignado, elencadas aos seus valores como a excelência nos processo, credibilidade e transparência, comprometimento e ética.

6.2 Sustentabilidade na empresa

A sustentabilidade organizacional segundo Araújo *et al.* (2006) são as ações que as organizações realizam visando à promoção de programas sociais e à redução dos impactos ambientais e se mantendo economicamente viável no mercado. O mesmo autor afirma que uma organização ecologicamente sustentável está agindo de forma socialmente responsável atendendo o interesse dos *stakeholders* que afetam ou são afetados por suas atividades.

A busca pela sustentabilidade gera inovações, fazendo com que as organizações aprimorem seus produtos, processos, tecnologias e as vezes cabe a empresa inovar até seu modelo de negócio, dessa forma, a empresa produz bens e serviços com maior qualidade de vida e com a menor quantidade de recursos naturais e em consequência disto, a organização reduz seus custos e aumentam suas receitas.

As MPEs, afetam a sociedade de forma significativa como um todo, pois além de gerar empregos, são responsáveis por uma parcela do produto interno bruto(PIB) diante disto, é essencial que elas se tornem cada vez mais sustentáveis visto que de acordo com o que foi citado acima pelo Diretor de Produtos e Atendimento do Sebrae/RJ, Armando Augusto Clemente, é impossível haver desenvolvimento sustentável sem a participação das mesmas.

Oliveira *et. al.* (2012) em seus estudos demonstram cinco princípios necessários para que ocorra uma melhor implantação da sustentabilidade nas organizações.

- Incentivar iniciativa voluntária dos profissionais da organização;
- Inclusão de profissionais motivados para a sustentabilidade e sua participação no planejamento estratégico;
- Desenvolvimento e implantação de indicadores estratégicos, táticos e operacionais (nos âmbitos social, econômico e ambiental);
- Estabelecer processo interno de participação dos diversos níveis hierárquicos na formulação dos objetivos e metas estratégicos vinculados à sustentabilidade organizacional;
- Estabelecer vínculo entre o plano de desenvolvimento de carreira ao engajamento dos profissionais à sustentabilidade organizacional.

Para que ocorra essa sustentabilidade nas organizações é necessário que todos os elos estejam bem, o financeiro para estar bem necessita que o social e o ambiental também estejam. Careon e Silva (2010) realizaram um estudo com 32 micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo – SP, onde constataram a dificuldade em implantar os conceitos da sustentabilidade e que é principalmente no elo social o maior problema e o principal motivo foi o desconhecimento por parte dos colaboradores de conceitos de sustentabilidade, além da falta de interesse e da percepção que é trabalho desnecessário, pois não impactará no resultado financeiro da organização, o que demonstra a necessidade de educação de todos os *stakeholders*, quando da implantação dessa metodologia.

No Quadro 01, North (1992) demonstra as vantagens de inserir práticas sustentáveis no ambiente empresarial:

Quadro 1- Benefícios de ser uma empresa sustentável

Benefícios econômicos
Economia de custos
Economias devido à redução do consumo de água, energia e outros insumos
Economias devido à reciclagem, venda e aproveitamento de resíduos
Redução de multas e penalidades por poluição
Benefícios de receitas
Aumento da construção marginal de “produtos verdes” que podem ser vendidos a preços mais altos
Aumento na participação no mercado devido à inovação dos produtos e menos concorrência
Linhas de produtos para novos mercados
Aumento da demanda para produtos que contribuam para diminuição da poluição
Benefícios estratégicos
Melhoria da imagem institucional
Renovação do portfólio de produtos
Aumento da produtividade
Alto comprometimento do pessoal
Melhoria nas relações de trabalho
Melhoria e criatividade para novos desafios

Fonte: North (1992)

É perceptível que hoje ainda existe esse desafio por parte das empresas, em uma reportagem publicada em fevereiro de 2013 na revista exame Rodrigo Zeidan, especialista em finanças fala que:

O grande desafio das empresas, no futuro próximo, será combinar a sustentabilidade socioambiental à econômica. Embora muitos empresários acreditem que a sustentabilidade socioambiental gere

mais custos para as empresas, não só é possível como também estratégico combinar os lucros com a sustentabilidade. A busca por novas tecnologias e inovação de produtos e processos que sejam sustentáveis vai, cada vez mais, atrair os consumidores e ser fonte de receita para as empresas. (ZEIDAN, 2013).

De acordo com o que foi citado anteriormente, os empreendedores que estiverem em vista somente no lucro sem se importar com a inserção das organizações na sociedade, irão perceber suas receitas diminuírem e as chances de sucesso serão mínimas, visto que a vantagem competitiva das empresas estar associada a sustentabilidade e conseqüentemente com retorno financeiro, portanto é necessário o empreendedor identificar qual seu diferencial e como ela pode ser sustentável na sua relação com a sociedade.

Diante do exposto, foram propostas algumas perguntas e afirmações a serem assinaladas pelos colaboradores da empresa “Beta”, algumas perguntas tiveram com respostas sim e não, e as afirmações apresentaram uma escala de concordância subdivididas em 5 itens: Concordo, concordo em parte, concordo totalmente, discordo e discordo totalmente.

Tendo isso em vista, o gráfico 2 trata sobre o tema sustentabilidade na estrutura corporativa da empresa, onde as organizações atualmente começaram a implantar na sua missão, o conceito de sustentabilidade fazendo com que ele esteja alinhado e inserido nas estratégias e políticas da empresa.

Gráfico 2- A empresa inclui o tema sustentabilidade nas políticas corporativas da empresa?



Fonte: Elaborado pela autora, 2018

É possível observar conforme a percepção dos colaboradores da empresa “Beta”, que 100% disseram que não, ou seja, a mesma não inclui o tema sustentabilidade nas políticas da organização.

Para o setor empresarial o conceito de sustentabilidade representa uma abordagem inovadora de se fazer negócios, no sentido de sustentar a viabilidade econômico-financeira dos empreendimentos e, ao mesmo tempo, preservar a integridade ambiental para as gerações atuais e futuras e construir relacionamentos mais harmoniosos na sociedade, resultando numa reputação positiva e sólida. (IBGC 2007, p. 15).

6.3 Indicadores de sustentabilidade corporativa

Os indicadores de sustentabilidade são ferramentas utilizadas para auxiliar no monitoramento da operacionalização do desenvolvimento sustentável, sendo a sua principal função fornecer informações sobre o estado das diversas dimensões (ambientais, econômicas, socioeconômicas, culturais, institucionais, etc.) que compõem o desenvolvimento sustentável do sistema na sociedade (CARVALHO, J. et al., 2011)

Nesse sentido, autores como Marcondes; Bacarji (2010) afirmam que a partir do equilíbrio entre os fatores ambientais, sociais e econômicos, novos paradigmas de governança empresarial e indicadores de sustentabilidade passaram a ser construídos.

De acordo com Barbieri et al (2010), incentivar a inovação da gestão na sustentabilidade corporativa está diretamente relacionado com a competitividade futura do negócio, sendo necessário, por parte da organização, um acompanhamento por meio dos indicadores sustentáveis, compondo essa uma nova prática organizacional.

Portanto, para que a sustentabilidade seja uma realidade nas empresas, modelos de gestões surgiram com o intuito de aperfeiçoar as práticas que buscam sustentabilidade nas organizações. A partir dos modelos de gestão houve a necessidade das empresas em medir e coletar informações sobre suas ações e investimentos socioambientais, além de criarem meios de comunicação para seus stakeholders, mediante indicadores de sustentabilidade e, também, por intermédio de documentos elaborados

contendo informações sobre os impactos econômicos, ambientais e sociais denominados, frequentemente, de relatório socioambiental, relatórios social corporativo ou relatório de sustentabilidade. (CALIXTO, 2011)

De acordo com os principais meios de mensuração da sustentabilidade corporativa e de padrões de qualidade empresarial, são eles:

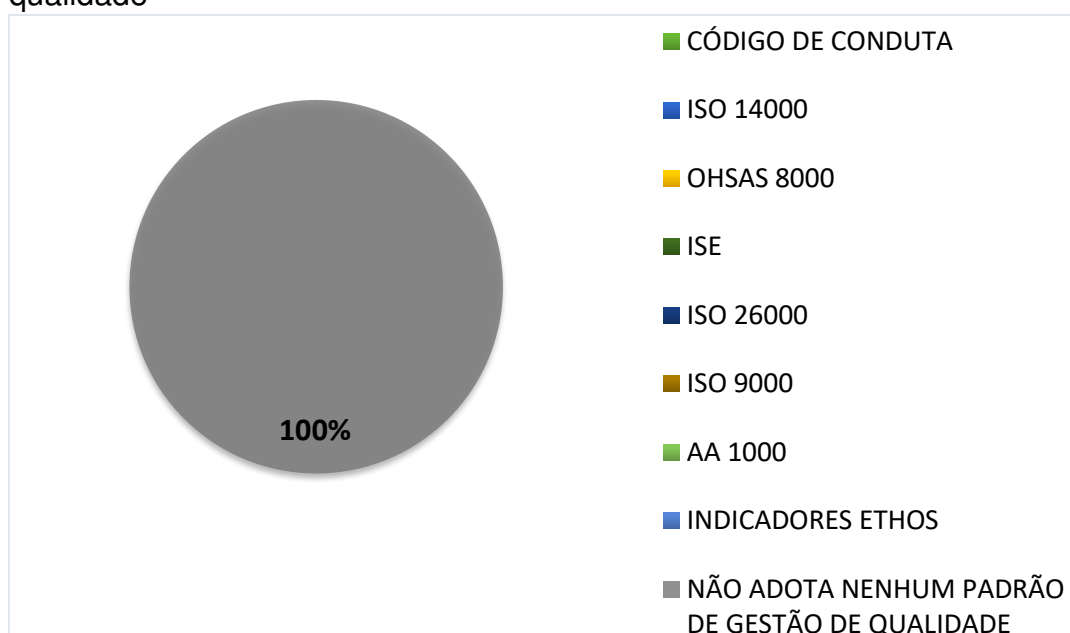
Tabela 1- Indicadores de sustentabilidade e padrões de qualidade

Global Reporting Initiative	Conforme GRI (2011), é uma organização cujo principal trabalho consiste na criação de diretrizes e indicadores para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, serve para ajudar a organização a melhorar a qualidade das informações a serem divulgadas e a qualidade do processo de relatório.
Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial	INSTITUTO ETHOS (2007) Foi desenvolvido em 2000 para servir de ferramenta de autodiagnóstico cuja principal finalidade é auxiliar as empresas a gerenciarem os impactos sociais e ambientais decorrentes de suas atividades. Ao responder os Indicadores Ethos a empresa está refletindo sobre informações relevantes para um Balanço Social consistente.
AA1000	ISEA (1999) Também conhecida como AccountAbility 1000, esta norma internacional de Responsabilidade Social Empresarial foi desenvolvida em 1999 pelo Institute of Social and Ethical Accountability- ISEA. É uma das mais abrangentes normas de gestão da responsabilidade social empresarial, e seu objetivo é melhorar a responsabilidade social e o desempenho geral das organizações por meio do aumento da qualidade na responsabilidade social.
ISO 26000	É uma norma que não busca a certificação, sendo assim, tem caráter opcional. A ISO 26000 pode ser incorporada por empresas que já tenham experiência com RSE e queiram desenvolver mais este aspecto ou por empresas que querem começar a desenvolver sua responsabilidade social.
Código de Conduta	É o conjunto de regras que estabelece valores e orienta as ações de um determinado grupo de colaboradores e acordo com princípios da organização. Nas empresas é visto como um conjunto de normas através das quais a empresa indica e esclarece as suas próprias responsabilidades ética, sociais e ambientais.

Fonte: Elaboradora pela autora, 2018

Tendo em vista os indicadores citados acima, foi questionado aos colaboradores se a empresa adota algum tipo de instrumento ou padrões de gestão da qualidade ou sustentabilidade. Dentre as opções listadas, 100% dos entrevistados responderam que a empresa não adota nenhum padrão ou instrumento para mensurar itens de gestão da qualidade ou sustentabilidade. Porém, a empresa Beta possui código de ética, mas não é formalizado em documento, são apenas práticas e rotinas que são seguidas pelos colaboradores.

Gráfico 3 - Percepção dos colaboradores quanto aos padrões e normas de qualidade



Fonte: Elaborado pela autora, 2018

6.4 Práticas sustentáveis

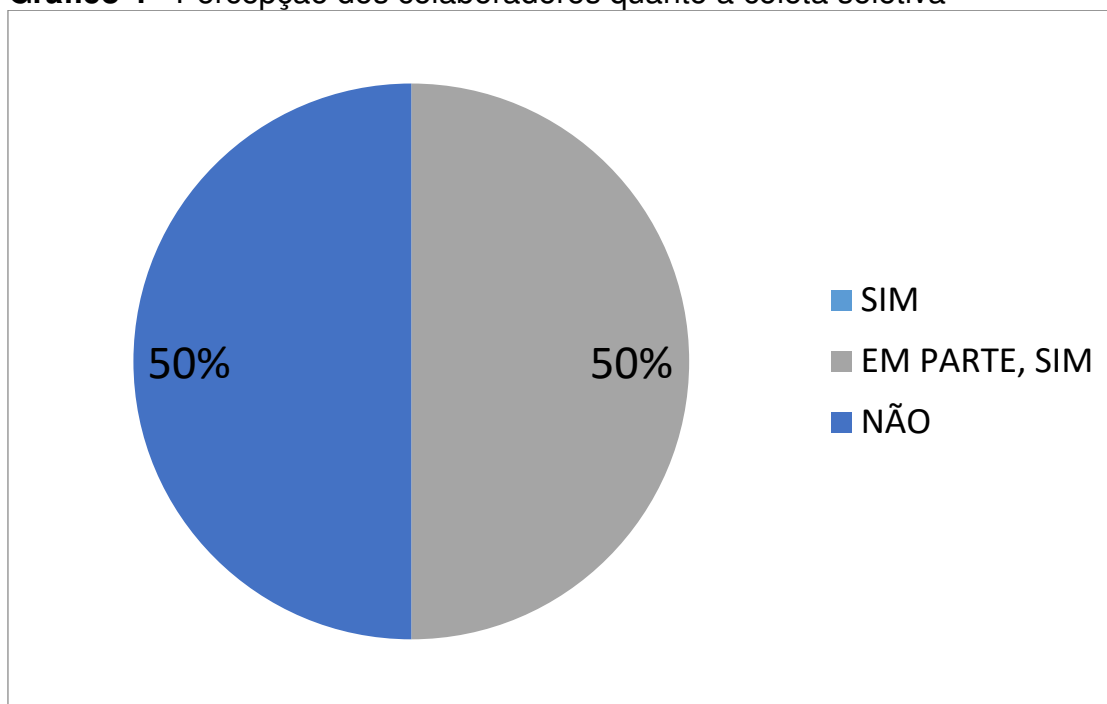
Toda atividade humana provoca impactos ao meio ambiente, sendo estes muito negativos, exemplo disto é a poluição das águas, do ar, desmatamento, efeitos que comprometem a flora, a fauna e outros. A atividade empresarial não é diferente, a exploração e danos exacerbados muitas das vezes são irreversíveis ao meio ambiente.

Diante disto, a luta pela conservação e proteção do meio ambiente tem ganhado forças e hoje as empresas buscam adotar novas políticas de posicionamento e estratégias em longo prazo, que podem resultar em vantagem competitiva frente a concorrência.

Hoje em dia, o grande desafio encontrado pelas empresas é entender como funciona e aceitar as mudanças necessárias. Para isso devem se dispor a arcar com os custos, para que se torne possível à adoção de práticas e técnicas de sustentabilidade. De maneira que estas sejam incorporadas ao cotidiano da instituição, incluindo-as como parte das despesas e investimento no custo do empreendimento. (VITA, ENGELMANN 2016)

Em face disto foram propostas 5 afirmações para os colaboradores da empresa Beta, acerca de algumas práticas sustentáveis. Quando questionado se a empresa possui coleta seletiva onde separam os resíduos recicláveis dos orgânicos, de acordo com o gráfico 4, 50% dos colaboradores responderam que sim, e os outros 50% responderam que não. A empresa possui um descarte diferenciado com os copos descartáveis, porém, quando questionado as pessoas responsáveis pela limpeza sobre o descarte dos copos, as mesmas disseram que a separação é feita por parte da empresa, mas a administração do prédio comercial não faz o descarte correto.

Gráfico 4 - Percepção dos colaboradores quanto a coleta seletiva



Fonte: Elaborado pela autora, 2018

Tendo em vista a tabela 2, trata sobre a percepção dos colaboradores quanto as práticas sustentáveis que a empresa adota.

Tabela 2 - Percepção dos colaboradores sobre práticas sustentáveis

	Concordo	Concordo em parte	Concordo totalmente	Discordo	Discordo totalmente
	%	%	%	%	%
A organização dispõe de uso de fonte de energia renovável:	0%	0%	0%	60%	40%
A organização possui iniciativa para Redução do consumo de água:	0%	0%	0%	40%	60%
A organização possui política de não utilização de materiais e insumos provenientes de exploração ilegal de recursos naturais:	0%	0%	0%	70%	30%

Fonte: Elaborado pela autora, 2018

Nota-se, que a primeira afirmativa sobre a percepção dos colaboradores da empresa Beta, em relação a possíveis práticas sustentáveis adotada pela empresa, há uma discordância de 60% dos entrevistados que a empresa não dispõe de nenhum tipo de fonte renovável, enquanto 40% dos entrevistados discordam totalmente da afirmativa. Já na segunda afirmação 60% dos

entrevistados responderam que discordam totalmente que a organização possui iniciativa para redução do consumo de água e os outros 40% dos colaboradores discordaram da afirmativa. Na terceira e última afirmação, 70% dos colaboradores discordaram que a organização possui políticas de não utilizar materiais e insumos que sejam provenientes da exploração ilegal de recursos naturais, enquanto 30% discordaram totalmente desta afirmativa.

Conforme Mota, (2014), nos dias de hoje é fundamental que as organizações adotem práticas gerenciais que possam beneficiar não apenas o êxito dos negócios, mas também os aspectos sociais e ambientais. O mesmo diz que as empresas são organismos com responsabilidades que vão além do cumprimento das normas legais, ou seja, hoje essas organizações exercem práticas de cidadania corporativa com responsabilidade social e desenvolvimento local.

Menezes et al. (2016) as organizações, nos dias atuais, mais do que nunca, vêm tomando consciência de que não pode haver crescimento econômico sem uma preocupação com a reposição dos recursos naturais. Grande parte dos problemas ambientais decorre da irresponsabilidade de algumas empresas e isso tem prejudicado tanto as empresas quanto a sociedade.

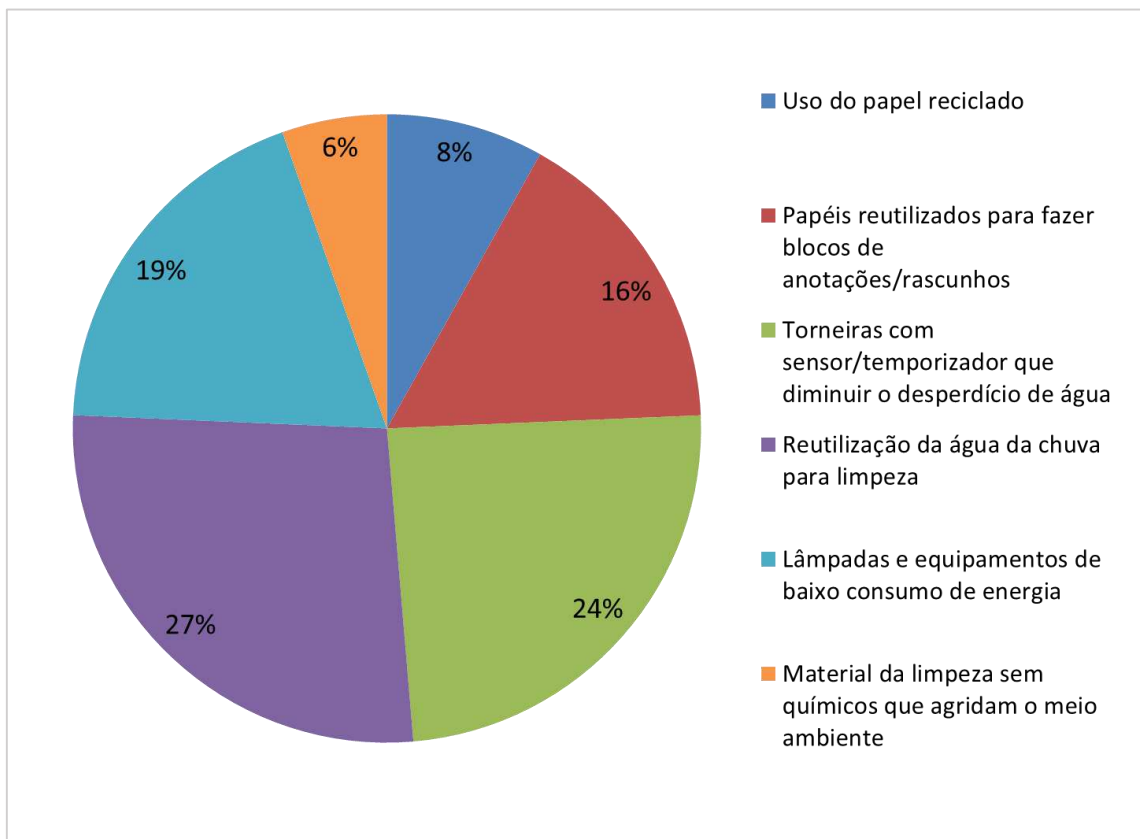
A escassez é outro fator preocupante, pois, sem a reposição ou mesmo com o consumo mais consciente, os recursos naturais estarão fadados a um fim e, conseqüentemente, não haverá matéria-prima para sua produção. Segundo Tachizawa (2004), iniciativas voltadas para o desenvolvimento sustentável representam para as organizações uma forma de garantir que suas atividades sejam constantemente renovadas, agregando maior valor a seus produtos e conferindo outra forma de aumentar sua lucratividade.

A prática sustentável tem grande relevância no dia-a-dia da sociedade, visto que para as empresas, pode ser extremamente benéfico usufruir de ações e estratégias dos aspectos ambientais e sociais, a partir desse ato, elas podem aumentar sua lucratividade e ser competitiva entre as demais e também contribuindo para um bom desenvolvimento sustentável.

Foram levantadas duas questões, uma foi a respeito do que a empresa poderia implementar, com relação ao seu consumo e em relação a educação ambiental empresarial. Foram obtidas 37 respostas, uma vez que cada

colaborador estava livre para marcar quantas opções desejasse. 37 equipararam-se a 100%.

Gráfico 5 - Percepção dos colaboradores quanto ao consumo, quais ações a empresa deve implementar

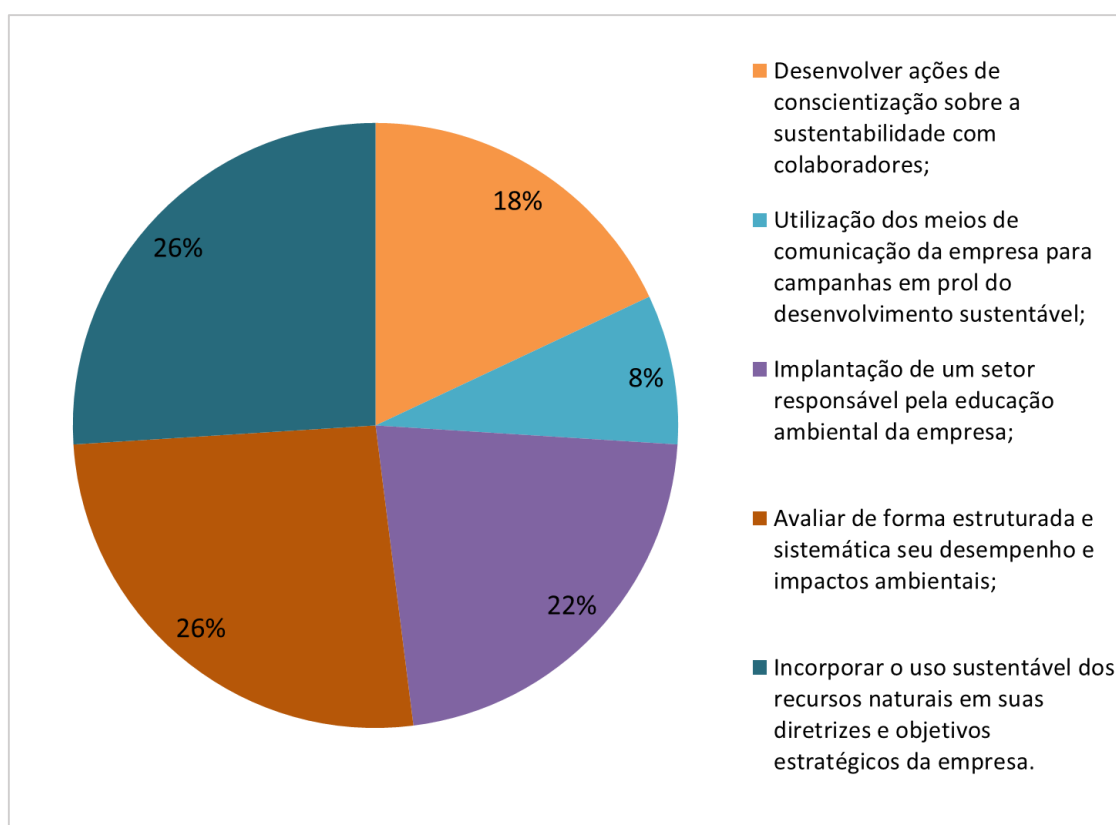


Fonte: Elaborado pela autora, 2018

Conforme o gráfico acima foi possível constatar que 27% dos colaboradores consideram que a reutilização da água da chuva para limpeza gerais é uma medida que a empresa precisa tomar, em seguida, 24% dos entrevistados acreditam que seja necessário adquirir torneiras com sensor ou temporizador para diminuir o desperdício de água. 19% dos colaboradores considera que seja fundamental a utilização de lâmpadas e equipamentos de baixo consumo de energia, posteriormente 16% dos entrevistados, acham necessária a reutilização de papeis para rascunhos e na confecção de bloco de anotações. 8% dos funcionários acreditam que é preciso utilizar papel reciclável e 6% dos colaboradores consideram que é necessária a utilização de materiais de limpeza sem química para não agredir o meio ambiente.

De acordo com Almeida (2002), uma empresa para ser sustentável deve buscar em todas as suas ações e decisões a ecoeficiência, procurando produzir mais e com melhor qualidade, gerando menos poluição e utilizando menos recursos naturais. A empresa que é partidária dos princípios da sustentabilidade deve ainda ser socialmente responsável, assumindo que está imersa num ambiente social em que, ao mesmo tempo em que influencia sofre influência. Além disso, a motivação dos líderes empresariais deve ser respaldada numa visão de longo prazo que leve em consideração os custos futuros e não somente os custos presentes.

Gráfico 6 - Percepção dos colaboradores quanto a educação ambiental empresarial, quais ações a empresa deve implementar



Fonte: Elaborado pela autora, 2018

Segundo o Gráfico 6, foram obtidas 29 respostas, uma vez que cada colaborador estava livre para marcar quantas opções desejasse, 29 equiparou-se a 100%. Cerca de 26% dos entrevistados responderam que é preciso avaliar de forma estruturada e sistemática seu desempenho e impactos ambientais; 26% também concordam em incorporar o uso dos recursos naturais nas

diretrizes e objetivos estratégicos da empresa; 22% dos colaboradores consideram que é fundamental a implantação de um setor responsável pela educação ambiental da empresa; 18% dos entrevistados acredita que é necessário desenvolver ações de conscientização sobre a sustentabilidade com colaboradores; 8% dos funcionários considera a utilização dos meios de comunicação da empresa para campanhas em prol do desenvolvimento sustentável.

Conforme Instituto Ethos de empresas e responsabilidade social:

Cabe à empresa ambientalmente responsável apoiar e desenvolver campanhas, projetos, e programas educativos voltados para seus empregados, para a comunidade e para públicos mais amplos, além de envolver-se em iniciativas de fortalecimento da educação ambiental no âmbito da sociedade como um todo. (ETHOS, 2003 p.4 apud ASHLEY et al, 2005 p.29).

Compreende-se, que a empresa precisa se atentar a realizar projetos que atendam não somente aos membros da organização, mais a comunidade em si onde ela está inserida, contribuindo com o desenvolvimento ambiental, econômico e social.

Com base nos dados obtidos, é possível observar que o resultado não foi satisfatório, visto que a empresa não possui conhecimento acerca da sustentabilidade, a mesma não inclui o tema em suas políticas e estratégias corporativas da empresa, por conseguinte não adota nenhuma prática sustentável e não possui iniciativa para reduzir impactos e promover um melhor desempenho ambiental. Diante disso, a organização não coopera para um bom desenvolvimento sustentável, comprometendo sua colocação no mercado, pois dessa maneira a empresa dificilmente conseguirá se destacar e obter vantagem competitiva diante das demais e conseqüentemente comprometerá a lucratividade da empresa.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo investigar e analisar a sustentabilidade em uma micro e pequena empresa, do ramo de correspondente bancário. O questionamento que motivou para o desenvolvimento da pesquisa, foi: qual a importância da sustentabilidade para uma micro e pequena empresa do setor de correspondente bancário na cidade de São Luís?

No que tange a sustentabilidade empresarial conclui-se que é um compromisso em que a empresa assume em defesa do desenvolvimento sustentável, a partir de sua conduta e atividades, sem comprometer o futuro das próximas gerações. Quando uma organização adota em suas políticas e estratégias uma metodologia sustentável, ela traz para a empresa vantagens podendo estas ser novas oportunidades de negócio, se destacar dentre os seus concorrentes, adquirindo uma postura proativa, reduzindo seus custos e maximizando seus resultados.

Conforme os resultados obtidos na pesquisa, verificou-se que ainda são muitas as dificuldades enfrentadas pelas Micro e Pequenas Empresas para aplicarem o modelo de Desenvolvimento Sustentável, por causa da falta de informações a respeito do assunto no seu segmento de mercado, falta de interesse por parte dos gestores em colaborar com a preservação ambiental ou até mesmo pela pouca divulgação por parte do governo em destacar os benefícios concedidos as organizações que aplicarem esse tipo de modelo no seu negócio. Dessa maneira, o passo inicial que a empresa precisa dá, é os gestores se conscientizar e conseqüentemente informar e qualificar seus colaboradores acerca da preservação do meio ambiente e as práticas necessárias para reduzir os impactos sobre o mesmo.

Diante do exposto, há várias medidas que a empresa pode utilizar para reduzir seus custos, potencializar seus resultados e conseqüentemente gerar vantagem competitiva frente aos seus concorrentes. Em relação ao desperdício de água e energia, a empresa pode reduzir o consumo instalando torneiras e lâmpadas com acionamento automático, através de sensor; em relação aos papéis utilizados, a mesma pode fazer uso de papel reciclado. A empresa precisa de ações voltadas também para a educação ambiental, ou seja, desenvolver

ações de conscientização sobre a sustentabilidade para com os colaboradores; incorporar o tema sustentabilidade em suas diretrizes e objetivos e utilizar o marketing da empresa para campanhas em prol do desenvolvimento sustentável.

Nesse aspecto, ficou evidenciado que os desafios da empresa Beta é ausência de informação acerca do tema, a ausência de padrões e normas de gestão da qualidade, desperdício no consumo diário de resíduos sólidos, energia e água. Dessa forma a empresa não consegue se manter competitiva no mercado, comprometendo sua sobrevivência e expansão de negócio. Portanto, é necessário que tanto os colaboradores como os gestores da empresa Beta, reconheçam a importância de se adotar práticas sustentáveis nas atividades diárias da empresa, fazendo com que haja bem-estar tanto dos funcionários como da sociedade no qual a empresa está inserida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABNT NBR 2015. **Norma ISO 14001**. Disponível em: <<https://certificacaoiso.com.br/iso-14001/>>. Acesso em: 11 nov. 2018.

ALBUQUERQUE, A. F. **Fatores de mortalidade de pequenas empresas: análise de empresas do setor varejista a partir do ciclo de vida organizacional**. 2013. 339 p. Tese (Doutorado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos. 2013.

ALMEIDA, Fernando, 2002. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS- ABNT. **NBR ISO 26000: diretrizes sobre responsabilidade social**. Rio de Janeiro, 2010. 110 p. Disponível em: <[http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/\[field_generico_imagens-filefield-description\]_65.pdf](http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/[field_generico_imagens-filefield-description]_65.pdf)> Acesso em: 11 nov. 2018.

BARBIERI, J. C. et al. **Inovação e Sustentabilidade: Novos Modelos e Proposições**. Revista de administração de empresas RAE/FGV, v.50, n.2, p.146-154, abr./jun. 2010.

BARBOSA, P. R. A. **Índice de sustentabilidade empresarial da bolsa de valores de São Paulo (ISE-BOVESPA): exame da adequação como referência para aperfeiçoamento da gestão sustentável das empresas e para formação de carteiras de investimento orientadas por princípios de sustentabilidade corporativa**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) –Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto COPPEAD de Administração, 2007.

BRASIL, Ministério do Meio Ambiente. **O que é agenda 21**. Marcos Referenciais do Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=18&idConteudo=573>>. Acesso em 05 de set de 2018.

BRUNDTLAND, G.H. Our Common Future. Oxford: Oxford University Press, 1987. (Relatório Brundtland).

CAMPOS, Ana Carolina Souza. ESTENDER, Antonio Carlos. MACEDO, Daniela. **O Ambiente e a Sustentabilidade no Ramo Hoteleiro**. In: Revista De Administração do UNISAL –v. 5, n. 7. 2015. Disponível em: <www.revista.unisal.br/sj/index.php/RevAdministracao/issue/download/32/pdf_16>. Acesso em: 02 nov. 2018.

CAREON, L. H.; SILVA, S. F. **Sustentabilidade ambiental nas organizações: Sustentabilidade empresarial para a micro e pequena empresa**. XIII SEMEAD - SEMINÁRIOS DE ADMINISTRAÇÃO DA FEA USP. Anais... São Paulo, 2010.

CALIXTO, L. **Responsabilidade Socioambiental: A Divulgação de Relatórios na América Latina**. 2011. 316 f. Tese (Doutorado em Gestão Socioambiental e da Saúde) -Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas.

CARVALHO, J. R. M. de; CURI, W. W. F; CARVALHO, E. K. M. de A, CURI, R. C. **Proposta e validação de indicadores hidroambientais para bacias hidrográficas: estudo de caso na sub-bacia do alto curso do Rio Paraíba, PB**. Revista Sociedade e Natureza, Uberlândia, v. 23, n. 2, 2011.

COBRA, Marcos – **Administração de Marketing no Brasil** – 3ª Edição – Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Confederação Nacional do Comércio. **As micro e pequenas empresas no Brasil/ Confederação Nacional do Comércio**, Antônio Everton Chaves Junior. – Rio de Janeiro, 2000.

COYNE, K. P. Sustainable Competitive Advantage – what it is, what it isn't. Business Horizons: 1986.

DARELLA, G. C. **Análise da competitividade externa das micro, pequenas e médias empresas**: um estudo de caso em Santa Catarina. Tese de graduação da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2010. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia292741>> Acesso em: 11 de nov de 2018.

DESLAURIERS, J. & KÉRISIT, M. O delineamento de pesquisa qualitativa. In: POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa: Enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1991.

DIAS, R. **Gestão Ambiental**. São Paulo: Atlas, 2007

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011. 220 p.

DINIZ, E. H. **Correspondentes bancários e microcrédito no Brasil: tecnologia bancária e ampliação dos serviços financeiros para a população de baixa renda**. Relatório de pesquisa. São Paulo: EAESP-FGV, 102p. 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DUTRA, I.; GUAGLIARDI, J. A. **As micro e pequenas empresas: uma revisão da literatura de marketing e os critérios para caracteriza-las**. Revista de Administração de Empresas (RAE), Rio de Janeiro, v.24, n.4, p.123-131. 1984.

Dutra, Ivan. **Identificação de necessidades e utilização dos instrumentos de marketing na micro e pequena empresa industrial de Londrina-PR**. Dissertação de mestrado. São Paulo, USP, 1982.

FERRO, A.F.P.; BONACELLI, M.B.M.& ASSAD, A.L.D. **Oportunidades tecnológicas e estratégias concorrentes de gestão ambiental: o uso sustentável da biodiversidade brasileira.** Revista GESTÃO & PRODUÇÃO, Vol.13, 2006.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Global Reporting Initiative. **Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade.** Versão 3.0. GRI. Amsterdã. 2011.

HACK, F. A. **Gestão de Empresas Familiares de Pequeno Porte: Um Estudo de caso da confecções Gerhack Ltda. De Panambi/RS.** 2013, 69 f. Trabalho de Conclusão de Curso(Especialização) – DACEC - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ, Panambi, 2013.

IBGC. **Guia de Sustentabilidade para as empresas.** São Paulo: IBGC, 2007.

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. São Paulo: Instituto Ethos, 2007.

ISEA – INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY. **AccountAbility 1000 (AA1000) Framework.** London, ISEA, 1999.

JUSBRASIL. **Evolução Histórica do Direito Ambiental.** Disponível em: <<https://carollinasalle.jusbrasil.com.br/artigos/112200230/uma-analise-da-evolucao-historica-do-direito-ambiental-e-o-artigo-225-da-constituicao-da-republica-federativa-do-brasil-de-1988>>. Acesso em: 05 set 2018

KOBASHI, N. Y.; SANTOS, R. N. M. dos. **Arqueologia do trabalho imaterial: uma aplicação bibliométrica à análise de dissertações e teses.**2008. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/download/1518-2924.2008v13nesp1p106/868> .Acesso: 07 set 2018.

LINS Clarissa. WAJNBERG, Daniel. **Sustentabilidade Corporativa no Setor Financeiro Brasileiro.** Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável. Rio de Janeiro, 2007.

MARCONDES, Adalberto Wodianer. **A Trilha da Sustentabilidade.** 03 Dez 2007. Seção Notícias. Disponível em <<http://www.agsolve.com.br/noticia.php?cod=448>> Acesso em: 22 out 2018.

Marcondes, A. W., & Bacarji, C. D. **ISE: sustentabilidade no mercado de capitais**. 2010.

MARKONE E LAKATOS. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed.-São Paulo: Atlas 2003.

MENEZES, Uilian; GOMES, Almiraiva; DANTAS, Maria Zilda. **Sustentabilidade e seus Benefícios: Práticas e Ações Sustentáveis Desenvolvidas em Empresas do Distrito Industrial dos Imborés**. In: Semana de Administração do Sudoeste da Bahia. Vitória da Conquista. 2016.

MOTA, Eduardo Augusto Dreweck. **O Papel das Organizações no Desenvolvimento Sustentável: Um olhar sobre a perspectiva da responsabilidade social**. São Paulo, 2014 Disponível em: <http://www.unifae.br/publicacoes/pdf/sustentabilidade/eduardo_oppapeldasorganizacoes.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2018.

NORTH, K. **Environmental business management: an introduction**. Genebra: International Labor Office (ILO), 1992.

OIMPARCIAL. **Micro e Pequenas Empresas representam mais de 95% dos empreendimentos**. Disponível em: <<https://oimparcial.com.br/noticias/2017/10/micro-e-pequenas-empresas-representam-mais-de-95-dos-empreendimentos/>>. Acesso em: 06 set 2018.

OLIVEIRA FILHO, J. E. **Gestão ambiental e sustentabilidade: um novo paradigma eco-econômico para as organizações modernas**, DOMUS ON LINE: Ver. Teor. Pol., soc., Cidade. Salvador, v. 1, n. 1, p. 92-113. jan./jun., 2011. Disponível em: <http://www.fbb.br/downloads/domus_jaime.pdf>. Acesso em: 22 set 2018.

OLIVEIRA, J.; TERENCE, A. C. F.; ESCRIVÃO FILHO, E. **Planejamento Estratégico e Operacional na Pequena Empresa: Impactos da formalização no desempenho e diferenças setoriais**. Revista Gestão Organizacional –RGO. v 3, n. 1, 2010.

Porque seu negócio deve ser sustentável. **Revista Exame**, São Paulo, v. I, 2013.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva**. Rio de Janeiro: Campus 1989.

PUGA, F. P. **Experiências de Apoio às Micro, Pequenas e Médias Empresas nos Estados Unidos, Itália e Taiwan**. Rio de Janeiro: BNDES, 2000.

PUGA, F. P. **O apoio Financeiro às Micro, Pequenas e Médias Empresas na Espanha, no Japão e no México**. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

SALVIANO JR, Cleofas. **Correspondentes bancários: ampliação do atendimento à população**. In: IV Seminário Banco Central sobre Microfinanças. Salvador: 1/3. jun. 2005. Disponível em

<<http://www.bcb.gov.br/pre/SeMicro4/Palestras/Cleofas.ppt>>. Acesso em: 11 nov. 2018.

SEBRAE. **Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=micro%20e%20pequena%20empresa>>. Acesso em: 06 set 2018.

SEBRAE. **Sustentabilidade para pequenos negócios**. Disponível: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/sustentabilidade-para-os-pequenos-negocios,b6ad6ca28e87e510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 06 set 2018.

SOUZA, G. R., CORDEIRO, J. S. **Mapeamento cognitivo e Balanced Scorecard na gestão estratégica de resíduos sólidos urbanos. Gestão e produção**, v. 17, n. 3, p. 483-496, 2010.
VINHA in MAY, P.H. *Economia do meio ambiente: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VITA, B.; ENGELMANN, W. **Direito, economia e desenvolvimento sustentável**. CONPEDI. Florianópolis, SC. 2016.

APÊNDICE

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

A SUSTENTABILIDADE NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO: um estudo de caso sobre uma correspondente bancária em São Luís.

1-Sexo:

- Femenino
- Masculino

2-Escolaridade:

- Médio Completo
- Superior Incompleto
- Superior Completo
- Mestrado / Doutorado

3-Qual sua função na empresa?

- Diretor
- Supervisor / Coordenador
- Colaborador
- Outro: _____

4-A empresa possui uma estrutura de governança para sustentabilidade (por exemplo: comitê ou diretoria de sustentabilidade)?

- Sim
- Não

5-A empresa inclui o tema sustentabilidade nas políticas corporativas da empresa?

- Sim
- Não

6-A empresa adota algum dos instrumentos ou padrões de gestão dos itens de qualidade, sustentabilidade ou reporte socioambiental entre os descritos abaixo ?

- Código de Conduta
- ISO 14000
- OHSAS 8000
- ISE
- Não adota nenhum padrão de gestão de qualidade
- ISO 26000
- ISO 9000
- AA 1000
- Indicadores Ethos

7-Indique as ações tomadas pela empresa para investimentos relativos ao meio ambiente:

- Apoio a projetos de proteção ou recuperação da flora e da fauna.
- Aquisição de equipamentos menos poluentes ou que geram menos riscos ambientais.
- Iniciativas de educação ambiental tanto interna quanto externa à empresa.
- Manutenção periódica de equipamentos que resultem em redução de impactos ambientais.
- Outras iniciativas não apontadas: _____
- Não possui nenhuma iniciativa para reduzir impacto e promover melhor desempenho ambiental.

8-Na organização possui uma coleta seletiva onde separam os resíduos recicláveis dos orgânicos (seco/molhado):

- Sim.
- Em partes, sim.
- Não

9- A organização possui iniciativas para Redução, utilização e reciclagem de recursos:

- Concordo.
- Concordo em parte.
- Concordo totalmente.
- Discordo.
- Discordo totalmente.

10- A organização dispõe de uso de fonte de energia renovável:

- Concordo.
- Concordo em parte.

- Concordo totalmente.
- Discordo.
- Discordo totalmente.

11- A organização possui iniciativa para Redução do consumo de água:

- Concordo.
- Concordo em parte.
- Concordo totalmente.
- Discordo.
- Discordo totalmente.

12-A organização possui política de não utilização de materiais e insumos provenientes de exploração ilegal de recursos naturais:

- Concordo.
- Concordo em parte.
- Concordo totalmente.
- Discordo.
- Discordo totalmente.

13- Com relação ao Consumo, quais ações sustentáveis você considera mais importantes para a empresa implementar (escolha 2 opções)

- Uso do papel reciclado
- Papéis reutilizados para fazer blocos de anotações/rascunhos
- Torneiras com sensor/temporizador que diminuir o desperdício de água
- Reutilização da água da chuva para limpeza
- Lâmpadas e equipamentos de baixo consumo de energia
- Material da limpeza sem químicos que agridam o meio ambiente
- outro: _____

14-Com relação à educação ambiental empresarial, quais ações sustentáveis você considera mais importantes para a empresa implementar (escolha 2 opções).

- Desenvolver ações de conscientização sobre a sustentabilidade com colaboradores;
- Utilização dos meios de comunicação da empresa para campanhas em prol do desenvolvimento sustentável;
- Implantação de um setor responsável pela educação ambiental da empresa;

() Avaliar de forma estruturada e sistemática seu desempenho e impactos ambientais;

() Incorporar o uso sustentável dos recursos naturais em suas diretrizes e objetivos estratégicos da empresa.