

MODELO DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL PARA CERÂMICA VITÓRIA EM TANGARÁ-RN: UM ESTUDO DE CASO¹.

Dayene Cibeles Cazer do NASCIMENTO 01 (1); Valdenildo Pedro da SILVA 02 (2)

(1) Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Av. Salgado Filho, 1559, Tirol - Natal/RN- CEP: 59015-000, e-mail: Dayene_cibele@yahoo.com.br;

(2) IFRN, e-mail: valdenildo@cefetrn.br.

RESUMO

O estudo em tela trata da questão da responsabilidade socioambiental, tema que vem se destacando, no curso dos últimos anos, e que tem motivado inúmeros estudos e debates, principalmente, sobre empresas de grande porte e em menor escala em relação à micro e pequenas empresas. O objetivo dessa pesquisa é investigar os níveis de responsabilidades sociais e ambientais da Cerâmica Vitória, situada no município de Tangará, no Estado do Rio Grande do Norte, no sentido de criar estratégias enquanto ferramentas de apoio à eficiência e eficácia dos resultados do desempenho da organização em termos produtivos e socioambientais. O trabalho caracteriza-se como uma pesquisa de caráter exploratório e de estudo de caso sobre a responsabilidade socioambiental dessa empresa, uma vez que esse tipo de estudo possibilita reunir os dados relevantes sobre o objeto de estudo e desse modo alcançar o conhecimento mais amplo. Para a realização do estudo foram feitos levantamentos bibliográficos, documentais, pesquisa de campo com entrevista e análises e discussões sobre os dados coletados. Após essas análises, os resultados demonstraram que a empresa estudada possui poucas práticas de responsabilidade socioambientais, onde apenas as áreas básicas do conceito como respeito aos direitos humanos, emprego, reutilização de material são realizadas.

Palavras-chave: Cerâmica Vitória, responsabilidade socioambiental, estratégias, ferramentas, desempenho.

1 INTRODUÇÃO

No curso dos últimos tempos, as organizações vêm se constituindo em principais agentes de desenvolvimento econômico de um país, destacando-se principalmente pelos avanços tecnológicos e pela grande capacidade de gerar recursos que fazem com que cada vez mais, precisem de ações cooperativas e integradas em que possam desenvolver processos que têm por objetivo o desenvolvimento da gestão e responsabilidade ambientais.

As empresas socialmente responsáveis têm apresentado uma postura ética em que o respeito à comunidade tem se tornado um grande diferencial. O reconhecimento dessa postura pelos consumidores e o apoio de seus colaboradores tem contribuído para que se criem vantagens competitivas e conseqüentemente atinja maiores níveis de sucesso.

A responsabilidade empresarial frente ao meio ambiente é centrada na análise de como as empresas interagem com o meio em que habitam e praticam suas atividades, dessa forma, uma empresa que possua um modelo de gestão ambiental já está correlacionada à responsabilidade social.

De posse dessa compreensão, entendemos que quanto mais antes às organizações enxergarem a sustentabilidade como um dos seus principais desafios e como oportunidades competitivas, maior chance de sobrevivência terá na sociedade e no mercado. A expansão da consciência coletiva com relação ao meio ambiente e a complexidade das atuais demandas sociais que a comunidade requisita às organizações induz a um novo posicionamento por parte dos empresários e executivos diante de um conjunto de ações que

¹ Esta pesquisa conta com o apoio financeiro do PIBITI/CNPq e a colaboração da Pró-reitoria de Pesquisa e Inovação do IFRN.

promovam o desenvolvimento comprometido com o meio ambiente e as áreas sociais, como a fome e o direito ao lazer.

Em face do exposto, o objetivo desse trabalho é o de expor medidas de responsabilidades socioambientais que vêm sendo adotadas por empresas de pequeno porte no ramo da produção de cerâmica vermelha para verificar seu nível de atuação e com isso propor estratégias enquanto ferramentas para o desenvolvimento da responsabilidade socioambiental. Trata-se de um estudo de caso sobre as atividades de responsabilidade socioambiental adotadas pela Cerâmica Vitória, situada no município de Tangará no Rio Grande do Norte.

Por meio da realização de uma pesquisa exploratória, esse trabalho buscou identificar as atividades voltadas para a prática de responsabilidade socioambiental de micro e pequena indústria de cerâmica vermelha do Rio Grande do Norte, tendo como estudo de caso a Cerâmica Vitória. E com isso montar estratégias enquanto ferramentas para desenvolver a sustentabilidade da empresa estudada. Para isso, foram feitas pesquisas bibliográficas em livros, periódicos, jornais, publicações avulsas e materiais disponibilizados na Internet sobre o tema em foco, onde os conceitos de responsabilidade socioambiental possam ser abordados e sirvam para fundamentar a identificação para a indústria de cerâmica proposta.

A metodologia de pesquisa envolveu, em seguida, a construção de uma tipologia de responsabilidade socioambiental pesquisa de campo. Foi escolhida eventualmente a cerâmica Vitória, localizada na cidade de Tangará/RN, onde foi entrevistado o proprietário da mesma. A tipologia da entrevista utilizada foi a não-estruturada, por se concentrar em torno de um tema, produzindo uma maior riqueza de dados (BELL, 2008). Com esses dados coletados, foram feitas análises qualitativas para se identificar quais medidas esta empresa vem tomando na prática de responsabilidade socioambiental. E com análises de dados foram propostas metodologias como ferramentas para o desenvolvimento da responsabilidade socioambiental da empresa.

2 CARACTERIZAÇÕES GEOGRÁFICAS DA ÁREA DO ESTUDO

2.1 MUNICÍPIO DE TANGARÁ/RN

O município de Tangará situa-se na mesorregião do Agreste Potiguar e na microrregião da Borborema, limitando-se com os municípios de Serra Caiada, Lagoa de Velhos, Sítio Novo, Japi, São José do Campestre e Santa Cruz, abrangendo uma área de 356,78 km² equivalente a 0,68% da superfície estadual.

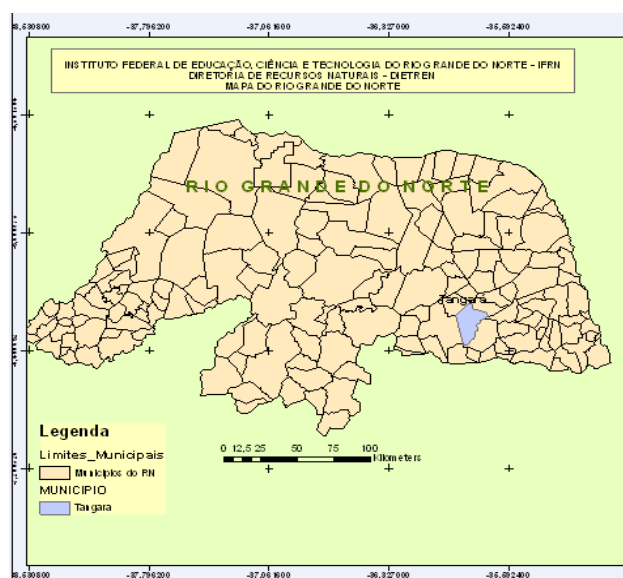


Figura1: Localização do Município de Tangará/RN. NASCIMENTO, Dayene Cibeles Cazer

A sede do município tem uma altitude média de 186 metros e coordenadas geográficas de Coordenadas Geográficas: latitude: 6° 11' 58" Sul longitude: 35° 48' 06" Oeste, tendo uma distância em relação a capital Natal de 82 km. Seu acesso, a partir de Natal, efetuado através da rodovia BR – 226.

2.1.1 Aspectos socioeconômicos

O município de Tangará foi criada pela Lei nº 2.336, de 31/12/1958, desmembrado de Santa Cruz, e instalado no dia 28 de janeiro de 1959.

Segundo o CENSO de 2000, o município possui 12.114 habitantes, dos quais 6.112 são do sexo masculino e 5996 do sexo feminino, sendo que 8.109 vivem na área urbana e 4.009 na área rural. Sua densidade demográfica é de 33,78 hab/ km²

Na área educacional, o município possui 17 escolas do ensino fundamental, 1 do ensino médio. Da população total apenas 72,10 % são alfabetizados. A rede de saúde dispõe de 4 Postos de Saúde para atender toda a população.

O município possui 2.874 domicílios permanentes, sendo 2.004 na área urbana e 870 na área rural. Quanto ao abastecimento d' água, 2.017 domicílios são abastecidas através de rede geral, 134 através de poço ou nascente e 723 por outra fonte. Apenas 877 domicílios estão ligados à rede geral de esgoto, 1.529 possuem fossa nas residências.

As principais atividades econômicas são: agropecuária, com cultivo de Algodão herbáceo, Castanha de caju, Coco-da-baía, Feijão, Mandioca, Manga, Milho e criação de Bovinos, Suínos, Equínos, Asininos, Muare, Ovinos e Caprinos; Produção de Carvão Vegetal, Lenha e Madeira em Tora das Espécies Florestais Nativas; extrativismo e comércio.

2.2 ASSENTAMENTO SANTA RITA

O assentamento Santa Rita fica localizado no entrono da cerâmica Vitória, e está instalada há 10 anos. Possui 30 famílias assentadas, onde existem muitos moradores que trabalham na Cerâmica Vitória.

Na comunidade existe uma igreja e uma escola de ensino fundamental, onde não possui um prédio próprio, suas aulas são ministradas em um galpão. A água é retirada de um açude que fica na própria comunidade e a energia são fornecidas pela COSERN.

A fonte de renda dos moradores é de agricultura de subsistência e criação de animais, além haver trabalhadores na atividade de cerâmica vermelha. Entretanto alguns moradores relataram existe uma migração dos jovens da comunidade para a capital do estado ou para a região do sudeste do país, que vão a procura de emprego e melhor qualidade de vida, já que no assentamento eles não possuem perspectivas de crescimento econômico.

2.3 EMPRESA EM ESTUDO

A empresa em estudo, Cerâmica Vitória, constitui em uma empresa de pequeno porte conforme IBGE (2003), que atua no ramo da indústria de cerâmica vermelha, localizada no município de Tangará, na microrregião da Borborema Potiguar no Rio Grande do Norte.

Fundada pelo senhor Afonso Vilar, a empresa Vitória, trabalha no ramo de fabricação de tijolos há aproximadamente sete anos. A empresa hoje conta com um total de 20 funcionários, que na sua maioria moram na região, especificamente na comunidade Santa Rita. Possui uma área de 3 hectares sendo cerca de 1500 à 2000 metros de área construída. Tem altitude média de 193 metros e Coordenadas Geográficas: latitude de 6° 15' 13" e longitude de 35° 15' 13".

A empresa só produz um tipo de produto, tijolos de oito furos, que por mês são fabricados aproximadamente 600 milheiros. Toda a produção é distribuída no próprio estado em cidades circunvizinhas e em algumas cidades da grande Natal e também para o estado da Paraíba.

A empresa apresenta uma área total de 3 hectares, sendo de área construída cerca de 200 m² e um total de 20 funcionários que trabalham 8 h/dia, de segunda à sábado, todos eles com carteira assinada.

A principal matéria prima da empresa é a argila, retirada nas regiões próximas por pessoas contratadas, não tendo um ponto exato da sua extração. E os insumos utilizados é a madeira, fornecida por fornecida por famílias que fazem a retirada nas suas propriedades e vendem diretamente para a cerâmica. A água, retirada do açude da própria fazenda sendo transportada por carro pipas. E energia elétrica fornecida pela Companhia Energética do Rio Grande do Norte (COSERN), que é utilizado no maquinário e nas iluminação da parte administrativa. O forno utilizado na cerâmica é do tipo caieira caracterizado por ser um forno intermitente.

As mercadorias são entregues aos clientes na própria empresa, os clientes pegam as mercadorias em seus próprios veículos, visto que a empresa não possui o serviço de distribuição.

A empresa está associada à Associação de ceramistas de Carnaúba dos Dantas/ RN. E é licenciada pelo órgão ambiental IDEMA (Instituto de Desenvolvimento e Meio Ambiente do Rio Grande do Norte).

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO

Através da entrevista realizada com o proprietário da Cerâmica Vitória, verificou-se o nível de responsabilidade socioambiental que a mesma possui. Foram analisados os aspectos da responsabilidade socioambiental: respeito aos direitos humanos, valorização dos profissionais, saúde e segurança do trabalho, preservação do meio ambiente, relações com os moradores próximos, fornecedores, clientes e governo.

A empresa não possui menores de 18 anos trabalhando em suas instalações. E não aderi a práticas de escravidão, onde seus funcionários possuem carteira assinada e trabalham no regime de 8 horas/dia.

Na parte ambiental a empresa retorna os rejeitos dos tijolos que ainda não foram para queima ao processo produtivo. E os que foram queimados são utilizados como aterros na própria cerâmica ou na região do entorno, não deixando exposto no pátio ou dispendo de forma incorreta como é verificado em outras empresas do ramo.

Nas relações com os moradores próximos, a empresa tem uma boa parte de seus funcionários sendo moradores de comunidade Santa Rita e do município de Santa Cruz.

Já com o governo a empresa é conveniada com Associação de ceramistas de Carnaúbas dos Dantas, onde essa promove algumas palestras sobre melhoramento do processo cerâmico entre outras atividades.

A cerâmica promove anualmente para seus funcionários e familiares uma confraternização de final de ano como benefício adicional.

Diante do exposto podemos verificar, com análise dos dados coletados, que a indústria estudada possui um baixo nível de responsabilidade social, não realizando atividades significativas voltadas para essa estratégia de desenvolvimento sustentável. A maioria de suas atividades está relacionada ao que está exposto na legislação.

Foi percebido que a consciência socioambiental do empresário está em apenas deixar a empresa dentro da lei, não mostrando nenhum interesse em realizar ações ambientais ou sociais. Ele não ver necessidade em fiscalizar as ações dos seus fornecedores, ou em se preocupar com a qualidade de vida da comunidade do entorno, alegando fazer o suficiente, e que os problemas da sociedade deve ser resolvidos pelo governo (Municipal, Estadual e Federal).

Tendo em vista que para ser considerado socioambientalmente responsável a empresa precisa ir além do que está exposto na lei, podemos afirmar que, a cerâmica Vitória precisa investir mais em ações socioambientais, desenvolvendo assim a sustentabilidade empresarial.

Entretanto existe na literatura comprovações de micro e pequenas empresas que desenvolve ações socioambientais em sua administração como estratégias de desenvolvimento sustentável, mantendo uma relação com seus *stakeholders* internos e externos.

A área que a Cerâmica Vitória apresenta maior atuação nas práticas de responsabilidade socioambiental apenas nas áreas básicas do conceito como respeito aos direitos humanos, emprego e a reintrodução dos rejeitos no processo produtivo, sendo necessário um desenvolvimento em demais áreas.

4 ESTRATÉGIAS DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAIS

Para desenvolver outras áreas da responsabilidade socioambiental, focando na relação da empresa com os grupos de interesse, promovendo a sustentabilidade da Cerâmica Vitória, será sugerido estratégias enquanto ferramentas em apoio de eficiência e eficácia para o bom desempenho da organização.

Essas ferramentas terão o objetivo da melhoria do desempenho ambiental e social da empresa, melhoria do ambiente de trabalho, antecipação e prevenção dos problemas ambientais em vez de correção e remediação, redução de acidentes ambientais, melhor conservação de recursos naturais, promoção da melhoria da imagem pública da organização e promoção da melhoria da relação com seus *stakeholders*.

Assim sendo essas ferramentas estratégicas tende a harmonizar os interesses em preservação ambiental, qualidade de vida da comunidade interna e externa e boa relação com seus clientes, fornecedores e governo.

4.1 MEIO AMBIENTE

As principais estratégias de ações sugeridas para a preservação do meio ambiente que terão como foco prevenir, mitigar e compensar os impactos ambientais causados pela Cerâmica Vitória está abaixo relacionado:

- Realizar a troca do tipo de forno de caieira para um forno contínuo do tipo túnel, pois são considerados mais eficientes por não necessitar de paradas para recarga. Esse forno é mais moderno do que o utilizado na indústria em estudo. Caracteriza-se por apresentar uma grande produtividade e menor consumo de energia e de mão de obra;
- Substituir a utilização de lenha por briquetes, por se apresentar uma fonte de energia limpa e não prejudica a eficiência dos fornos, não sendo preciso modificações nos mesmos para adaptações;
- Implantar a ferramenta de Produção Mais Limpa (P+L) na empresa, pois essa ferramenta visa à aplicação contínua de uma estratégia preventiva e integrada aos processos, produtos e serviços para aumentar a Ecoeficiência e evitar ou reduzir danos ao homem e ao ambiente;
- Após a implantação da P+L será possível o desenvolvimento do Sistema de Gestão Ambiental com interesse de conseguir uma certificação ISO 14000. Portanto é sugerido a implantação do Sistema de Gestão Integrada, que abrange implementar uma política ambiental e de saúde e segurança ocupacional.

4.2 FUNCIONÁRIOS

As estratégias sugeridas na utilizadas da melhoria da qualidade de vida dos funcionários são:

- Promover a empregabilidade dos colaboradores da empresa com o incentivo aos estudos, fazendo convênios com instituições de ensino e/ou escolas técnicas para essas ministrarem cursos voltados para a indústria de cerâmica vermelha;
- Fornecer plano de Saúde para os colaboradores e seus familiares;
- Promover palestras sobre doenças sexualmente transmissíveis, dengue, preservação do meio ambiente, planejamento familiar entre outros;
- Incentivo para formação de uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho – CIPA;
- Combater a discriminação de qualquer tipo (racial, gênero, faixa etária etc.) entre os funcionários, pregando o respeito entre eles;
- Promover encontros com os funcionários e seus familiares, em datas comemorativas (dia das mães, dia dos pais, dia das crianças, comemorações juninas e de final de ano) para promover momentos de lazer para os mesmos.

4.3 COMUNIDADE

Para a promoção da melhoria da qualidade de vida da comunidade são sugeridas:

- Realizar convênios com a Prefeitura para construção de uma escola na comunidade Santa Rita, onde deverá conter uma biblioteca e laboratório de informática com professor capacitado. Realizando a inclusão digital, não só para os alunos mas também para seus pais;
- Também realizar o convênio para construção de um posto de saúde familiar (PSF) na comunidade, tendo atendimento diário;
- Implantar uma associação de moradores, onde deve haver um prédio, onde ficará a administração da associação, em que haver reuniões da comunidade para decidir as melhores metodologias para melhoramento de suas atividades, tendo assim uma melhor comunicação com o governo local;

- Promover campanhas de Educação ambiental, conscientizando dos malefícios que a produção da cerâmica pode causar e apresentando as atitudes que a empresa está realizando para minimizar seus impactos;
- Promoção de cursos de capacitação para moradores da região que estão desempregados dando uma opção de emprego e renda. Esses cursos podem ser realizados no próprio prédio da associação. Impedindo assim a migração dos jovens da comunidade;
- Implantar cooperativas de mulheres e agricultores, viabilizando assim a negociação com outras comunidades, onde geraria emprego e renda para a população;
- Patrocínio de festas promovidas pela associação, prefeitura, igreja ou qualquer organização, para a comunidade local;
- Incentivar o trabalho voluntariado com os colaboradores da empresa que na sua maioria são moradores da comunidade Santa Rita.

4.4 CLIENTES

Na relação empresa cliente, serão sugeridas as seguintes estratégias:

- Disponibilizar para seus clientes um Balanço Socioambiental anual, apresentando suas realizações nas áreas de meio ambiente e social;
- Fornecer produtos de qualidade e que respeitem o meio ambiente;
- Manter sempre a qualidade no atendimento, tendo uma atenção a ele no pré e pós venda;
- Educação dos consumidores;
- Cumprir os prazos de entrega estabelecidos.

4.5 FORNECEDORES

Com os fornecedores as estratégias sugeridas possuem um foco de fiscalização, para solicitar que a empresa esteja dentro da legislação e obedeça os princípios dos direitos humanos. São estas:

- Exigir de seus fornecedores que esses sejam licenciados pelo IDEMA e que realizem um manejo dos locais de retirada da argila e madeira;
- Combater a utilização do trabalho infantil;
- Combater a discriminação de qualquer tipo (racial, gênero, faixa etária etc.) entre os funcionários, pregando o respeito entre eles;
- Manter os pagamentos dos seus fornecedores em dias e cumprir prazos estabelecidos.

4.6 CONCORRENTES

Para a empresa manter uma boa relação com seus concorrentes, é sugerido:

- Manter práticas de concorrência da empresa, dentro dos critérios eticamente responsáveis, não compactuando com qualquer forma de concorrência desleal.

4.7 GOVERNO

A sugestão de estratégias para manter uma relação com o governo é de:

- Manter a empresa em legalidade com todas as normas da legislação dos três níveis de governo (Municipal, Estadual e Federal);

- Realizar um convênio com a Prefeitura local para a promoção da qualidade de vida da população, beneficiando com a construção da escola, PSF e promovendo palestras e eventos ambientais e sociais, e patrocinando festas para o lazer da população.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo serviu para ampliar as análises referentes aos níveis de responsabilidade socioambientais, das micro e pequenas empresas do ramo de cerâmica vermelha do Rio Grande do Norte se encontram em especial a Cerâmica Vitória.

Muitos empresários do ramo, não compreendem a importância dessa estratégia de desenvolvimento sustentável viável para o crescimento de sua atividade, ainda tendo o pensamento que isso é um custo desnecessário. Entretanto eles precisam perceber que as práticas ambientais e sociais devem ser incorporadas nas empresas dentro do modelo de gestão ambiental, como ganho à imagem e reconhecimento dos seus stakeholders, como é comprovado em vários estudos sobre o tema.

Na empresa em estudo, percebemos que as práticas socioambientais ainda são restritas, não apresentando uma maior promoção da qualidade de vida de seus trabalhadores e da comunidade, bem como transparência da empresa com os grupos interessados. Contudo, a empresa preocupa-se em se manter dentro da lei, possuindo licença do órgão ambiental.

É indicado para a indústria um maior investimento em estratégias de responsabilidade socioambiental. Deve-se perceber que a responsabilidade social, a preocupação com o meio ambiente, com a qualidade de vida dos funcionários e com a comunidade, bem como a comunicação efetiva com os fornecedores e clientes podem ser procedimentos estratégicos para a empresa, conseguindo assim a confiabilidade desses grupos. Pois aos poucos a sociedade tem tomado consciência dos problemas ambientais e sociais causados por atividades de risco, fazendo assim algum tipo de pressão sobre elas para que apresentem atitudes para diminuir seus impactos causados no ambiente e na sociedade.

Com isso sugerimos uma ampliação no estudo em pesquisas próximas, objetivando verificar um universo maior de micro e pequenas indústrias ceramistas do Rio Grande do Norte e a percepção de seus proprietários quanto a importância do investimento em ações ambientais e sociais, já que essa atividade é uma das que se destacam na empregabilidade da região do Seridó, havendo bom crescimento do setor, e como um dos causadores da desertificação na caatinga, devido a extração de madeira e argila.

6 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, J. L. (org.). **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social**: conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas, 2009

ANDRADE, R. O. B. *et al.* **Gestão ambiental**: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. São Paulo: MAKRON Books, 2000.

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO SERIDÓ – ADESE. **Diagnóstico do uso da lenha nas atividades agroindustriais do Território do Seridó / RN**. Caicó, 2008.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CERÂMICA. **Informações técnicas- definições e classificações**. Disponível em: << http://www.abceram.org.br/asp/abc_51.asp >> acesso em 6 mar 2010

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14001:2004**: sistemas de gestão ambiental: especificação e diretrizes para uso. Rio de Janeiro, 2004.

ASHLEY, P. *et al.* **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BACHIZAWA, T.; ANDRADE, O. B. **Gestão Socioambiental**: estratégias na nova era da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BELL, J. Projeto de pesquisa: guia para pesquisadores iniciantes em educação, saúde e ciências sociais. 4 ed. Porto Alegre: Artmed, 2008;

BLOCK, M. R.; MARASH, R. **Uma visão geral da ISO 14000**. Disponível em:

<<http://www.hgb.com.br/visaoiso14000.html>>. Acesso em: 7 jul. 2007.

CMMDA. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.

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

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. Indicadores Ethos de responsabilidade social, p.24. Jun. 2000. Disponível: em < <http://cidadania.terra.com.br/interna/0,,OI286792-EI3453,00.html>> Acesso em: 20 abril. 2006.

_____.ETHOS. **Perguntas Frequentes.** Disponível em: <<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/93/servicos_do_portal/perguntas_frequentes/perguntas_frequentes.aspx>> Acesso em 21 Jan. 2010.

FEDATO, Maria Cristina Lopes. **Responsabilidade social corporativa: Benefício social ou vantagem competitiva?** Dissertação (mestrado). São Paulo, 2005.

FERNANDES, P. K. M.: **Indústria cerâmica**: Uma análise dos impactos ambientais causados nas regiões Seridó do Rio Grande do Norte e o processo de funcionamento ambiental. Monografia Natal: IFRN, 2004

IDEMA, Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do RN. Perfil do Meu Município. Disponível em: <<http://www.idema.rn.gov.br/contentproducao/aplicacao/idema/socio_economicos/enviados/perfil_t.asp>> Acesso em 15 Mai. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **As micros e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil 2001**. Rio de Janeiro, 2003.

LIMAVERDE, J. d. A. **A indústria de cerâmica vermelha no Nordeste**. Fortaleza: BNB/ETENE, 1983.

MORAIS, D. M. **Briqueques de resíduos ligno-celulósico como potencial energético para a queima de blocos cerâmicos**: aplicações em uma indústria de cerâmica vermelha que abastece o Distrito Federal. Tese (Doutorado). Universidade de Brasília. Brasília, 2007.

NASCIMENTO, L. F.; LEMOS, Â. D. C.; MELLO, M. C. A. **Gestão Socioambiental estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SANCHES, C. S.. Gestão ambiental pró-ativa. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 40, n. 1, p. 76-87, jan./mar. 2000.

SILVA, V. P. **Das trilhas do gado ao território da cerâmica vermelha**: (des) territorialidade em Carnaúba dos Dantas – RN. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Pernambuco. Geografia. Recife, 1999a.

SILVA, V. P.; REIS, L. M. M.; SILVA, A. C. C. (In) sustentabilidade ambiental em territórios de cerâmica vermelha: uma análise de Carnaúba dos Dantas, **Mercator**, Fortaleza, v. 4, n.7, p. 83-96, jan./jul. 2005.

_____. A cerâmica vermelha e a problemática socioambiental. In: Francisco das Chagas Silva Souza. (Org.). **Potencialidades e (in) sustentabilidade no semi-árido potiguar**. Natal: Editora do CEFETR, 2005.

SUDENE. **Conservação de energia no setor industrial**: cerâmica vermelha estrutural. Recife: Sudene/Itep, 1988.

TACHIZAWA, T.; ANDRADE, R. O. Gestão ambiental e responsabilidade social. In: _____. **Gestão socioambiental**: estratégias na nova era da sustentabilidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

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

VILELA JUNIOR, A.; DEMAJOROVIC, J. (org.) **Modelos e Ferramentas de Gestão Ambiental**: desafios e perspectivas para as organizações. São Paulo: Editora Senac, 2006.

ZACHARIAS, O. **SA 8000, responsabilidade social, NBR 16000**: estratégia para empresas socialmente responsáveis. São Paulo: Editora EPSE, 2004.

ZARPELON, M. I. **Gestão e responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.