

LUCAS VIEIRA LIMA MATTOS

**RESPONSABILIDADE AMBIENTAL DAS EMPRESAS MERCANTIS
NO BRASIL**

CURSO DE DIREITO – UniEVANGÉLICA

2021

LUCAS VIEIRA LIMA MATTOS

**RESPONSABILIDADE AMBIENTAL DAS EMPRESAS MERCANTIS
NO BRASIL**

Monografia apresentada ao Núcleo de Trabalho de Curso da UniEvangélica, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Direito, sob a orientação do Prof. Dr. Eumar Evangelista de Menezes Júnior.

ANÁPOLIS - 2021

LUCAS VIEIRA LIMA MATTOS

**RESPONSABILIDADE AMBIENTAL DAS EMPRESAS MERCANTIS
NO BRASIL**

Anápolis, _____ de _____ de 2021.

Banca Examinadora

Agradeço primeiramente, a Deus por me capacitar e permitir chegar até aqui, ultrapassando todos os obstáculos encontrados ao longo da realização deste trabalho.

Aos meus pais por todo apoio, ajuda e sacrifícios, que muito contribuíram para a realização deste trabalho.

Ao professor Eumar, por ter sido meu orientador e ter desempenhado tal função com dedicação, com ótimas orientações e conselhos que me permitiram apresentar meu melhor desempenho. Aos meus colegas de curso, com quem convivi intensamente durante os últimos anos, pelo companheirismo e pela troca de experiências que me permitiram crescer não só como pessoa, mas também como formando.

RESUMO

Esse trabalho monográfico tem por finalidade o aprofundamento da questão sobre as responsabilidades empresariais com o meio ambiente, apresentando como e onde surgiu o Direito Empresarial, abordando a livre iniciativa e a função social de uma empresa, abordando as legislações brasileiras e métodos usados para a fiscalização para que as obrigações da com a natureza seja realizada da melhor forma utilizando as melhores estratégias. Esse trabalho tem por objetivo descrever como é regulamentado o direito ambiental, como funciona a gestão ambiental e quais os meios utilizados pelas empresas para a preservação ambiental. Para que o mesmo se pautasse do êxito esperado, adotou-se um método preenchido de abordagem dedutiva somada a procedimento bibliográfico. O resultado da pesquisa revela que no Brasil há várias normas e convenções existentes para fiscalizar e proteger o meio ambiente, mas que mesmo assim não são adotadas unanimemente pelas empresas, a realidade é que de modo geral apenas as grandes empresas se responsabilizam e aderem às gestões ambientais.

Palavras-chave: Empresário. Empresa Mercantil. Função Social. Meio ambiente. Responsabilidade.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	01
CAPÍTULO I – DIREITO EMPRESARIAL BRASILEIRO	03
1.1 História do Direito Empresarial	03
1.2 Livre Iniciativa Privada da Empresa	06
1.3 Função Social da Empresa	08
CAPÍTULO II – DIREITO AMBIENTAL BRASILEIRO	13
2.1 Legislação Brasileira	13
2.2 Gestão Ambiental nas Empresas	15
2.3 Métodos Socioambientais	17
CAPÍTULO III – OBRIGAÇÕES EMPRESARIAIS COM O MEIO AMBIENTE	20
3.1 Responsabilidade ambiental do sujeito empresarial	20
3.2 Marketing Ambiental	23
3.3 Ações Ambientais que acompanham a atividade empresarial	25
CONCLUSÃO.....	28
REFERÊNCIAS.....	29

INTRODUÇÃO

O projeto de pesquisa surge em um momento em que o consumidor busca nas empresas, produtos que atendem as exigências ambientais, assim apresenta os métodos socioambientais praticados pelas empresas brasileiras para o cuidado de todo o meio ambiente, e suas obrigações com a natureza. Para lograr êxito adotou-se um método preenchido de abordagem dedutiva somado a procedimento bibliográfico.

Essa monografia busca relatando quais as normas usadas para proteger a natureza, como a gestão ambiental deve funcionar dentro de uma empresa, demonstrar a importância da utilização de meios para preservar o meio ambiente para o benefício da sociedade para que os recursos não venham a se esgotar.

Para o entendimento do assunto, foi necessário ser demonstrado o contexto histórico do direito empresarial, quando surgiu e onde, a conceptualização dos termos citados e a evolução desta área até chegar nos dias atuais, os passos necessários para a modernização das normas.

Com tal evolução, novos direitos foram cedidos aos comerciantes que podem ser livres para tomar decisões dentro da lei de como administra seus negócios, conforme suas funções pré-determinadas pelas legislações norteadoras do comércio.

O meio ambiente é dependente das leis e convenções, pois, são elas que determinam as necessidades de proteção ambiental e nelas são prescritas as

penalizações que podem ser aplicadas pela poluição e degradação da natureza, sendo importante o conhecimento sobre elas.

As empresas utilizam de diversas formas de gestões e estratégias de gestão para a evitar desastres ambientais, através desses métodos é possível a prevenção e a minimização dos impactos a natureza e na sociedade em torno das indústrias.

Dessa forma, esta tem como objetivo que todas as empresas tenham a consciência de que serão responsabilizadas pelas degradações que causaram, sendo assim implantadas ações em meio as gestões que possam evitar impactos ao meio ambiente que podem se tornar irreversíveis.

Essa pesquisa é relevante para a sociedade e empresas entendam que a desatenção com o meio ambiente não cabe mais em nosso meio, a uma exigência que surge com os novos consumidores, que as empresas mercantis sejam conscientes e que façam produtos que não prejudiquem o meio ambiente.

CAPÍTULO I – DIREITO EMPRESARIAL BRASILEIRO

O presente capítulo será apresentado a história do direito comercial no Brasil, e diretrizes dentro deste direito que definem a empresa, é de grande importância conhecer sobre a evolução do direito empresarial, a Livre Iniciativa Privada da Empresa e a função social empresarial.

1.1 História do Direito Empresarial

O comércio surgiu com o crescimento populacional obrigando as pessoas a fazerem trocas mercantis e criar a moeda, para a facilitação do escambo, pois, as limitações nas trocas após a moeda a possibilidade de venda.

Para Alfredo Rocco (1931), “o comércio é aquele ramo de produção econômica que faz aumentar o valor dos produtos pela interposição entre produtos e consumidores, a fim de facilitar a troca das mercadorias”.

Alguns estudiosos afirmam que o direito comercial surgiu na Idade Média com o tráfico mercantil, outros afirmam que se iniciou com os fenícios. Para Rubens Requião (2012) “o Direito Comercial tem início no Sistema Feudal com as complementações de Justinianos, leis pseudóricas e do jus greco-romano aos costumes Mediterrâneos”.

Nesta fase feudal o direito comercial é desenvolvido, sendo aplicado por juízes consulares, que por assembleias eram eleitos por membros de corporações mercantis. Na Idade Média o Direito comercial se torna um direito especial e autônomo, com a Itália sendo onde nasce esse ramo.

O comércio se desenvolve rapidamente e assim surge a Teoria dos Atos do Comércio, que passaria a prever um rol taxativo de atividades que seriam consideradas atos de comércio e que, por conseguinte, estariam sujeitas às normas comerciais. Os sujeitos que as exercessem seriam, portanto, comerciantes.

Com o crescimento do comércio surge as atividades bancárias que concedia créditos aos comerciantes e consumidores, que eram documentadas através de títulos cambiais.

Conforme essa teoria é identificada o primeiro Código Comercial moderno, o Código de Savary de 1673, na França afirmando que todos que praticam atos de matéria comercial seria considerado comerciante. Posteriormente em 1807, no mesmo pensamento surge o Código Napoleônico que assegura a liberdade profissional excluindo os privilégios de algumas classes e corporações.

No século XIX, com a Revolução Industrial a Teoria dos Atos de Comércio se torna obsoleta, pois, era muito limitada e com foi surgindo um novo jeito de se pensar o Direito comercial focando as empresas e os empresários.

Com essa mudança de foco surge o Código Comercial de 1897, na Alemanha onde tem um ordenamento mais complexo em relação à empresa sendo normas modernas e adequadas para a nova Teoria das Empresas que vem para substituir o antigo sistema.

Essa Teoria da Empresa surge na Itália em 1942, onde começa a ver as atividades comerciais de forma ampla, havendo apenas separação com atividades específicas, como as atividades intelectuais, de natureza artística, literária e científica.

O Direito Comercial no Brasil colonial era regulado pelas legislações Portuguesas, isso só foi mudar com a chegada da Família Real no Brasil em 1808, onde foi aberto os portos brasileiros as nações aliadas de Portugal, e foram criados o Banco de Brasil e a Real Junta de Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação.

A Real Junta de Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação funciona como um agente alfandegário, fiscalizando o comércio e intervindo nas falências, e recebendo contribuições dos marinheiros.

O império estava insatisfeito com o uso de uma legislação estrangeira, e em 1832 foi nomeada uma comissão para organizar um Código Comercial Brasileiro, que foi composto por grandes comerciantes do país na época.

Apenas em 1850 este Código Comercial Brasileiro foi promulgado, baseado na Teoria dos Atos de Comércio, foi percebido que não havia definições do que eram os atos de comércio, assim a legislação brasileira viu necessidade de especificar o que seria esses atos e assim se fez através do Regulamento 737, de 25 de novembro de 1850.

No Brasil a Teoria da Empresa começa a ter início em 1960, porque a Teoria dos Atos de Comércio não incluíam as principais fontes da economia nacional como a prestação de serviços, negociações de imóveis e as atividades rurais.

Sobre as atividades rurais o Direito Empresarial brasileiro deixou opcional o agricultor incluir suas atividades ao regime comercial, pois, a muitos produtores rurais trabalham para se sustentar e não com intuito de comercializar.

Com a criação do Código Civil de 2002, o Direito Comercial começa a ser chamado de Direito Empresarial voltou a ter caráter subjetivo, destacando o sujeito que exerce uma profissão com atividade empresarial, com foco na produção e movimentação de bens e serviços.

O Direito Empresarial esta sempre em constante mudança, assim como o comércio evoluiu, este ramo do direito tem que acompanhar cada fase para nortear as empresas e empresários, e o comércio está em um ritmo cada vez maior de evolução e isso conseqüentemente vai transformar o Direito Empresarial para acompanhar esta evolução global do comércio.

As empresas brasileiras têm o direito garantido pela Constituição Federal de 1988, uma liberdade econômica e individual para aplicar em situações empreendedoras, e o próximo item tratará sobre ela.

1.2 Livre Iniciativa Privada da Empresa

A Livre Iniciativa é um direito fundamental prescrito na Constituição Federal de 1988 no artigo 1º, com a soberania, cidadania, dignidade humana, valores sociais do trabalho e pluralismo político. A livre iniciativa prega a liberdade das pessoas em escolherem sua existência, profissão, filantropia e lazer. O Estado não pode determinar onde um indivíduo vai morar, qual profissão vai seguir, o que vai fazer com o seu dinheiro ou a quem vai ajudar, ou deixar de ajudar.

Este princípio possui alguns elementos que geram a matéria deste, como a Propriedade Privada que é um direito garantido no art. 5º, XXII da CF/88, sendo a garantia de que um indivíduo pode ser dono de algo, e se esse objeto for tomado ilegalmente, seria ainda proprietário legítimo e com o ordenamento jurídico a seu favor para recuperar o bem.

John Locke emprega a propriedade como um direito natural, segundo o filósofo:

[...] cada homem tem uma 'propriedade' em sua própria 'pessoa'; a esta ninguém tem qualquer direito senão ele mesmo. Podemos dizer que o 'trabalho' do seu corpo e a 'obra' das suas mãos são propriamente seus. Seja o que for que ele retire do estado que a natureza lhe forneceu e no qual o deixou, fica-lhe misturado ao próprio trabalho, juntando-se-lhe algo que lhe pertence e, por isso mesmo, tornando-o propriedade dele. (MELLO, 2006, p. 25).

A também a Liberdade de empresa especificado no parágrafo único do artigo 170 da CF/88, que garante a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica sendo assim o trabalho, ofício ou profissão se essas atender as qualificações profissionais que a legislação exigir.

A livre concorrência descrita no artigo 170, IV, em geral, é a liberdade da fixação de preços focando o lucro, perante um mercado vasto e competitivo o

empresário pode usar de meios lícitos para sobressair-se sobre o concorrente em suas atividades econômicas.

Assim essa concorrência permite que apenas os melhores em suas atividades comerciais se firmem no mercado, oferecendo o melhor produto aos consumidores. Com isso Fábio Ulhoa Coelho (2012), afirma que “a livre concorrência é que garante ao mercado, que empresários exponham seus produtos e serviços”.

José Afonso da Silva (1988) nos diz que a livre concorrência está configurada no art. 170, IV, como um dos princípios da ordem econômica. Ele é uma manifestação da liberdade de iniciativa e, para garanti-la, a Constituição estatui que a lei reprimirá o abuso de poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros. Os dois dispositivos se complementam no mesmo objetivo. Visam tutelar o sistema de mercado e, especialmente, proteger a livre concorrência contra a tendência açambarcadora da concentração capitalista.

O artigo 173, § 4º, da Carta Magna ressalta que: “A Lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros” (BRASIL, 1988, *online*). Sendo um mercado livre às demandas de oferta e procura, sem restrições a quantidade de empresas de uma mesma área que tenta se estabelecer e conquistar seu lugar.

A liberdade de contratar também é uma das bases necessárias para a livre iniciativa, pois, tem papel relevante nas relações econômicas, vez que permite a circulação de riquezas e agilidade nas transações. Em razão disso, há facilitação no momento da celebração do contrato permitindo mais barganha e, conseqüentemente, a efetivação da troca de forma ótima.

Essa liberdade é o direito de um indivíduo escolher, respeitando a lei com quem, quando e o que contratar, segundo sua necessidade.

Aldacy Rachid Coutinho e José Affonso Dallegrave Neto em sua obra nos diz que todo homem é livre e, na medida de sua liberdade, dispõe autonomamente dos seus interesses, tendo assegurada a faculdade de governar sua vontade para estabelecer acordos e obrigações que, nessa dimensão devem ser adimplidos, em respeito à palavra dada.(COUTINHO,2006)

Porem toda essa autonomia tem uma limitação pela ordem econômica, para que os empresários não abusem dessa liberdade, este será livre para que possa realizar seus ofícios desde que siga os princípios apresentados no artigo 170 da Constituição Federal de 1988.

Diogo de Figueiredo Moreira Neto (1989) relaciona essa limitação assim o princípio da liberdade de iniciativa tempera-se pelo da iniciativa suplementar do Estado; o princípio da liberdade de empresa corrige-se com a definição da função social da empresa; o princípio da liberdade de lucro, bem como da liberdade de competição, moderam-se com o da repressão ao abuso econômico; o princípio da liberdade de contratação limita-se pela aplicação dos princípios da valorização do trabalho e da harmonia e solidariedade entre categorias sociais de produção; e, finalmente, o princípio da propriedade privada restringe-se com o princípio da função social da propriedade.

A livre iniciativa como mostrado anteriormente não é de um todo, absoluta, sendo limitada pela ordem econômica, e nessas limitações vale focar na função social empresarial que sera apresentado no próximo tópico.

1.3 Função Social da Empresa

O conceito da função social é ainda bastante discutido, ela foi estuda primeiramente pela filosofia e apenas apos seculos que entrou no meio jurídico. Por isso sera levantado um breve histórico sobre este assunto.

Eduardo Tomasevicius Filho (2003) diz que este conceito foi abordado por São Tomás de Aquino no século XIII que afirmou que todos os bens, mesmo que apropriados de forma individual, teriam uma destinação comum.

E no século XIX, Auguste Comte, que adotava a propriedade privada, sustentando que embora exercida apenas por alguns indivíduos, esta teria uma função social, defendeu que todos os indivíduos deveriam trabalhar em função de uma ordem social e em prol de um benefício para sociedade.

Foi apenas no século XX em 1904, que Karl Renner abordou sobre a função social no mundo jurídico através de sua obra “Os institutos do direito privado e sua função social”, onde ele defendia que função social seria sinônimo de função econômica.

No século XX surge o Estado Social aparece com o objetivo de unir o sistema capitalista com o interesse social, assim gerando novas constituições. A constituição Mexicana de 1917 foi a primeira a abordar a propriedade com interesse social.

Em 1919 e feita a Constituição de Weimar, simbolizando a mudança do Estado Liberal para o Social, esta que influenciou muita a Constituição Brasileira de 1934, onde pela primeira vez menciona a função social, porém no Brasil ocorreram muitas mudanças na constituição.

Após apenas 3 anos a constituição de 1934 é revogada, e substituída pela de 1937 onde não faz nenhuma menção a função social. Na constituição de 1964 voltou a ser mencionada, mas apenas em 1967 foi utilizada a palavra função social na constituição.

Então em 1976 por meio da Lei de Sociedade Anônima a função social foi liberada diretamente a empresa, regulando que o administrador deveria cumprir a função social através da empresa, sendo consolidado pela Constituição Federal de 1988 a obrigação de executar esse ordenamento.

Mesmo ainda não havendo um conceito oficial alguns estudiosos afirmam que função social empresarial é quando a empresa não tem o foco apenas no lucro, mas também se mostra preocupada com as consequências que suas ações geram na

sociedade, e para que se cumpra essa função os administradores tomem decisões baseadas no bem social, assim a empresa não terá foco exclusivo apenas em lucrar, mas também em ajudar a comunidade.

Para Eduardo Tomasevicius Filho (2003) a função social seria o dever de o empresário e os administradores da empresa harmonizarem as atividades da empresa, segundo o interesse da sociedade, mediante a obediência de determinados deveres positivos e negativos.

Analisando a doutrina, esta não nega que as atividades empresariais têm como objetivo principal o lucro e interesse individual do empresário, sendo ilógico que tal indivíduo se aventuraria no mercado apenas pelo bem comum social.

Ana Frazão de Azevedo Lopes (2006) aduz que a função social não tem por finalidade aniquilar as liberdades e os direitos dos empresários nem de tornar a empresa um simples meio para os fins da sociedade, até porque isto implicaria a violação da dignidade do empresário.

A Função social teria o objetivo gerar uma solidariedade em meio a atividade empresarial, tornando-se compromissada com as responsabilidades sociais, em prol do benefício social e não sendo levada a prejudicar terceiros, assim gerando um bom convívio na sociedade.

Eros Roberto Grau (2008) diz que a função social da empresa impõe deveres positivos ao proprietário, uma obrigação de fazer algo em benefício de outrem e não simplesmente de não trazer prejuízos. Destaca que a função social da propriedade atua como fonte da imposição de comportamentos positivos prestação de fazer, portanto, não, meramente, de não fazer ao detentor do poder que deflui da propriedade.

A responsabilidade social é uma matéria importante que não deve ser confundida com a função social. Esta é conceituada como uma gestão empresarial baseada na ética e transparência da empresa com foco no bem-estar coletivo,

portanto, o administrador tem o conhecimento de como sua empresa pode solucionar um problema social.

Ressalta nesse sentido, Eduardo Tomasevicius Filho (2003) que a responsabilidade social das empresas consiste na integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com a comunidade. Além disso, seria uma forma de levar outras instituições a colaborar com o Estado na busca de justiça social, ao invés de ficar esperando que o Estado tome todas as providências nessas áreas.

Então uma adesão dessa responsabilidade social em uma empresa, não pode ser usada apenas como uma eventual fachada, para melhorar a imagem da empresa, tentando um impacto imediato de um marketing empresarial. É de extrema importância que a decisão de utilizar esse princípio seja de uma vontade genuína de mudança de postura para o benefício social.

A responsabilidade social pode ser dividida em duas espécies, a interna e externa. A interna referi-se as circunstâncias de trabalho dos funcionários, se eles têm condições de trabalhar de forma adequada, como a higiene e saúde dentro da empresa.

A responsabilidade externa é aquela referida a comunidade onde esta inserida e que mantêm relações, como os clientes, fornecedores e entidades públicas, tende a garantir o bom convívio entre eles, se estão proporcionando um serviço de qualidade a eles.

Este princípio se mostra muito importante por causa da evolução do contexto social atualmente, pois, as empresas percebem que podem abrir suas portas para a inclusão social, assim assumindo uma integração das minorias. Percebemos portando a crescente luta das empresas hoje em dia pela melhoria das condições sociais.

Portanto, a diferença entre função social e responsabilidade social, é que a função social refere-se apenas as atividades econômicas exercidas pela empresa,

presentes no seu objeto social e exigíveis ao seu titular de direito pela imposição de deveres jurídicos. E a responsabilidade social não está unicamente unida no objeto social da empresa, mas sim, no cumprimento de deveres com a sociedade, em geral.

Nesse assunto a também uma linha de pensamentos que utiliza a função social de uma percepção negativa, nesta a função social da empresa é gerar lucros aos acionistas, com atividades de forma lícita em estrita concordância com a atual legislação.

Desta forma não poderá ser feita exigências as empresas que não estejam previstas legalmente no ordenamento, o administrador não é obrigado a realizar ações pensando no bem social, e sim em respeitar a legislação.

A função social da empresa devem ter forte ligação com a preservação do meio ambiente. Pois, a busca pelo lucro através das atividades econômicas podem prejudicar o meio ambiente, e as empresas, portanto, devem ter a responsabilidade ambiental que também deveram ser fiscalizadas pelo estado, como será comentado no estudo do próximo capítulo.

CAPÍTULO II – DIREITO AMBIENTAL BRASILEIRO

Esse capítulo trata de se aprofundar nas normas que tange o Direito Ambiental, sendo um tema de suma importância para a sobrevivência da humanidade, assunto que é sempre discutido em congressos e conferências debatendo um desenvolvimento sustentável, tornando-se imprescindível a necessidade de compreender como é regulamentado e apresentado o Direito Ambiental no Brasil.

2.1 Legislação Brasileira

O Meio Ambiente tem seu conceito legal no artigo 3 no inciso I, da Lei nº 6.938/81 que o estabelece como “o conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas” (BRASIL, 1981).

A legislação ambiental é composta por leis, decretos, resoluções, portarias, normas que são aplicadas às organizações de qualquer natureza e ao cidadão comum. Essas definem regulamentações e penas em caso de descumprimento dessas.

A primeira lei do Brasil sobre o meio ambiente é datada de 1605, o Regimento do Pau-Brasil que visava a proteção das florestas, após isso vários outros regimentos, decretos foram criados, mas apenas em 1981 é editada a Lei 6.938 estabelecendo a Política Nacional de Meio Ambiente, que apresenta a natureza como objeto específico de proteção. Posteriormente surgiram novas leis que acrescentaram na regulação que será discorrida a seguir (BRASIL, 1981).

No artigo 225 da Constituição Federal de 1988 o meio ambiente é posto como um bem fundamental à vida que deve ser protegido para uso de todos no presente e no futuro, este reconhecimento impõe ao Poder Público e à coletividade a responsabilidade pela proteção ambiental. Com resultado disso a várias leis para a realização desse dever (BRASIL, 1988).

O chamado Código Florestal, a Lei 12.651/2012 estabelece normas sobre a proteção da vegetação nativa, áreas de preservação, reserva legal e de uso restrito, a exploração florestal, o controle da origem dos produtos florestais, o controle e prevenção dos incêndios florestais, e a previsão de instrumentos econômicos e financeiros para o alcance de seus objetivos (BRASIL, 2012).

Essa Lei traz a criação do Cadastro Ambiental Rural (CAR) e a previsão de implantação do Programa de Regularização Ambiental (PRA). O CAR é um sistema que reúne as informações das propriedades e posses rurais compondo uma base de dados para o controle, monitoramento, planejamento ambiental, econômico e combate ao desmatamento (BRASIL, 2012).

Ja o PRA contempla um conjunto de ações a serem desenvolvidas pelos proprietários e posseiros rurais com o objetivo de promover a regularização ambiental de suas propriedades ou posses, assim os proprietários assumem um termo de compromisso de manter, recuperar ou recompor as áreas degradadas (BRASIL, 2012).

O meio ambiente é protegido pela Lei 9.605/1998, a Lei de Crimes Ambientais, que busca determinar sanções penais e administrativa que resultam de condutas lesivas ao meio ambiente punindo seu causador. Essa legislação trouxe uma proteção centralizada, agora as penas são uniformes e as infrações são definidas claramente (BRASIL, 1998).

Está Lei classifica os crimes ambientais em cinco tipos de infrações, são elas:

Contra a fauna, que são agressões feitas a animais silvestres, nativos ou em rota migratória; Contra a flora, que é a destruição ou dano a vegetações de áreas de preservação permanente, em qualquer estágio; Poluição e outros crimes ambientais, tais como todas as

atividades humana que produzem poluição, porém só será penalizada a poluição acima do que é permitido por lei; Contra o ordenamento urbano e o patrimônio cultural, quando a destruição a museus, bibliotecas ou similares que são protegidos por lei; Contra a administração ambiental, que são as condutas que dificultam ou impedem a fiscalização do meio ambiente exercidas pelo Poder Público (BRASIL, 1998, *online*).

Em 22 de fevereiro de 1989 com a promulgada a Lei nº 7.735, foi criado o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama), que integra a gestão ambiental no país com as funções de exercer o poder de polícia ambiental; executar ações das políticas nacionais de meio ambiente, referentes às atribuições federais, relativas ao licenciamento ambiental, ao controle da qualidade ambiental, à autorização de uso dos recursos naturais e à fiscalização, monitoramento e controle ambiental, observadas as diretrizes emanadas do Ministério do Meio Ambiente; e executar as ações supletivas de competência da União, de conformidade com a legislação ambiental vigente (BRASIL, 1989).

As várias normas dispostas acima, mostram as distintas formas que o ordenamento brasileiro tem para a proteção do meio ambiente através de sua legislação, normas rígidas que devem ser respeitadas e cumpridas, que se ao contrário pode haver punições, organizações que supervisiona proprietários, todas com o objetivo da preservação do ambiente, assim norteando por lei a responsabilidade que as empresas devem ter com o meio ambiente.

2.2 Gestão Ambiental nas Empresas

Conceituando a gestão ambiental é um sistema de sustentabilidade que grandes e pequenas empresas, órgãos públicos, ONGs(Organizações não Governamentais) adquirem, essa forma de administração tem como objetivo usar métodos e práticas que reduz os impactos prejudiciais causados pelas ações de empresas ao meio ambiente.

Segundo Tom Tibor e Ira Feldman:

[...] seus elementos incluem a criação de uma política ambiental, o estabelecimento de objetivos e alvos, a implementação de um programa para alcançar esses objetivos, a monitoração e medição de sua eficácia, a correção de problemas e a análise e revisão do sistema

para aperfeiçoá-lo e melhorar o desempenho ambiental geral (1996, online).

Portanto, essa gestão tem como principais objetivos o uso racional e sustentável dos recursos naturais, a utilização de métodos para a manutenção da biodiversidade, sistemas de reciclagem de resíduos sólidos, tratamento e reutilização da água, formas de garantir o mínimo de impacto e poluição ambiental, para que tudo isso seja possível esse sistema cria programas para retirar produtos no pós consumo que possa contaminar solos e rios e promove o treinamento de funcionários para o conhecimento da sustentabilidade da empresa (TIBOR; FELDMAN, 1996).

A gestão ambiental é de suma importância para uma empresa, pois, a instituição que se adequa a esse sistema melhora sua imagem com a sociedade, a empresa passa uma conscientização sobre o grande problema ambiental, a imagem da marca de uma indústria sustentável influencia o mercado do produto, gera uma percepção diferente sobre a empresa abrindo novas oportunidades de comércio a ela.

Investir no sistema de gestão ambiental é benéfico à empresa, esse reduz custos por causa do mínimo desperdício de matéria, gera vantagens de negócio e aumento do valor da marca, pois, os clientes prezam pela boa imagem causada pela sustentabilidade, e também evita ser penalizada por irregularidades com o meio ambiente.

A gestão ambiental segue uma série de normas criadas pela ISO (Organização Internacional para Padronização), a ISO 14000 que apresenta diretrizes, e especifica os requisitos para que o sistema administrativo possa organizar políticas, objetivos e informações sobre os impactos ambientais e como devem ser tratados na empresa.

A ISO 14000 é composta por várias normas, sendo a sua mais importante a ISO 14001 entre todas da série, ela possibilita que as empresas possam cumprir com as suas obrigações econômica e de preservação com harmonia entre elas.

Uma empresa que conta com a gestão ambiental, sendo de grande ou pequeno porte, contribui com o meio ambiente e com seus interesses, pois, tem mais

visibilidade econômica e menos prejuízo. Esse sistema a cada dia está mais introduzido dentro das empresas, demonstrando a responsabilidade social, mostrando que a instituição não está apenas atrás de lucros sem se importar com as consequências.

E para que esse sistema seja implementado definitivamente dentro das empresas, é preciso que todos tenham a consciência de que o que é benéfico é uma gestão socioambiental de excelência. É necessário que a gestão ambiental não seja implantada apenas para evitar multas e punições, mas, porque a mentalidade das empresas seja de proteger o meio ambiente, assim o comércio e a preservação serão feitas mutuamente.

2.3 Métodos Socioambientais

Impactos ambientais são alterações no ambiente causadas pelo desenvolvimento das atividades humanas no espaço geográfico, este conceito pode ser usado positivamente, quando a melhorias para o meio ambiente, e pode ser usado em sentido negativo, sendo o modo como mais é utilizado esse termo, quando é causado dano aos recursos naturais.

A resolução nº001 do Conselho Nacional de Meio Ambiente (CONAMA) de 1986, que define impacto ambiental em seu artigo primeiro como:

[...] qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente, afetem: (I) a saúde, a segurança e o bem-estar da população; (II) as atividades sociais e econômicas; (III) a biota; (IV) as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente; e (V) a qualidade dos recursos ambientais (BRASIL, 1986, *online*).

Esses impactos negativos ocorrem em decorrência da grande exploração que recursos naturais sofrem por causa da ganância humano que vê estes meios como fonte inesgotável de matéria-prima para a produção incessante e massiva de produtos.

Existem métodos que podem ser utilizados pelas empresas para uma avaliação de impactos negativos causados pelas atividades humanas. Alguns dos métodos mais comuns serão apresentados a seguir.

O método AD HOC é realizado uma reunião com especialistas, que através de questionários preenchidos pelas pessoas de interesse no problema reunirá as informações necessárias para a conclusão da avaliação. Esse método pode ser eficiente, porém, sofre com a subjetividade por ser baseada nas opiniões humanas, correndo o risco de ser manipulado por respostas alteradas (FREDAL, 1991).

O método das listagens de controles, é de certa forma uma evolução do Ad Hoc, com a diferença de que os questionários são formulados pelo especialista, onde será listada as mudanças ambientais possíveis de acontecer. Esse método tem quatro formas variadas, a Listagem Descritiva, contendo atributos do meio ambiente que pode sofrer alguma alteração; Listagem Comparativa onde é mostrada a significância dos impactos; Listagem em Questionário demonstra a dependência mútua dos impactos; Listagem Ponderal para cada fator que o impacto gera é atribuído o peso desta (MEDEIROS, 2010).

O método da superposição de cartas é a elaboração de um aglomerado de cartas das áreas afetadas, fazendo a representação de cara ambiente, mostrando solo, vegetação e paisagem. O Método dos Modelos de Simulação este apresenta fidelidade aos impactos no meio ambiente antes e depois da ação humana através de um sistema matemático (OLIVEIRA, 2020).

Para Luiz Enrique Sanchez (2013) o Método das Matrizes é representado por uma lista de controle bidimensional, na forma de linhas e colunas composta pelas ações que geram impactos e os elementos do meio ambiente, com o objetivo de identificar vantagens de forma variada de alternativas de intervenções para interromper a poluição.

O Método do diagrama de interação é fundada na relação causa e efeito, ligadas a magnitude, importância e probabilidade de impactos ambientais, esse processo visa simular os projetos para beneficiar-se. O Método de Análise do Tipo

Efeito FMEA (Failure Mode And Effect Analysis/Modode Falhae Análisede Efeito) esse sistema tem como principio prevenir falhas analisando falhas que podem acontecer no futuro, sendo uma ferramenta importante na minimização de impactos (TAHARA, 2008).

O Método de Observação em campo é dirigida por especialistas na área que vão ao local de ocorrência para analisar o ambiente e relatar a real situação que se encontra, por todos esses requisitos essa avaliação se torna confiável, fiel e menos subjetivo ao que está ocorrendo em relação a impactos (KUSS, 2015).

O estudo aprofundado de cada método de avaliação de impactos é extremamente importante para uma adição de conhecimento a respeito de cada um, gera um entendimento de duas diferenças, funções, vantagens e desvantagens. Nenhum modelo pode ser aplicado e todas as empresas, um método que pode ser funcional em determinada instituição pode não funcionar em outro, uma combinação de todas se torna mais eficiente pois um completa a outra, assim beneficiando o meio ambiente.

CAPÍTULO III – OBRIGAÇÕES EMPRESARIAIS COM O MEIO AMBIENTE

No presente capítulo é apresentado e discutido a responsabilização das empresas mercantis que provocam danos ao meio ambiente provindo de suas atividades empresariais exploratórias.

Destacar como é feito e que meios são utilizados para manter a natureza e seus recursos sem a degradação causada pelas empresas e seus meios de produção, para que estas não apenas fabrique suas mercadorias sem uma conscientização.

3.1 Responsabilidade ambiental do sujeito empresarial

A responsabilidade ambiental é conceituada como o conjunto de atitudes que são voltadas ao desenvolvimento equivalente entre a sustentabilidade e o crescimento econômico, para que as próximas gerações possam viver em um meio ambiente protegido e preservado.

Reinaldo Dias (2017) diz que a Responsabilidade ambiental empresarial “promove um comportamento empresarial que integra elementos sociais e ambientais que não necessariamente estão contidos na legislação, mas que atendem às expectativas da sociedade em relação à empresa”.

Na Cúpula Mundial de Desenvolvimento Sustentável, conhecida como Rio+10, que ocorreu em 2002, na cidade de Johannesburgo, o Conselho

Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável em um documento definiu a Responsabilidade Social Empresarial como [...] “o compromisso da empresa de contribuir ao desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar sua qualidade de vida”(2002, online).

Uma empresa que vai adquirir esse sistema tem que utilizar um planejamento que será efetivo a curto, médio e longo prazo, algo que não será usado só para ser uma solução de um problema de forma momentânea.

O objetivo principal desse esquema de responsabilidade ambiental é usar de forma consciente os recursos naturais disponíveis, de maneira que não seja prejudicado os lucros e que tenha a redução e prevenção de riscos a esses recursos, construindo um sistema autossustentável nas empresas.

Essas maneiras são desenvolvidas para a orientação em consoante com as necessidades sociais, onde a empresa garanta além do lucro a satisfação dos seus clientes e o bem-estar social, o desenvolvimento da empresa esta inserida nessas estratégias e seus negócios ficaram dependentes delas, se tornando um comprometimento com o sistema sustentável.

Em matéria realizada por Vandrê Fonseca (2019), pela Amazônia Real mostra a situação Altamira-PA, de seus moradores e natureza prejudicados por ações empresárias.

A título exemplificativo em 2011 foi iniciada a construção da Usina Hidrelétrica de Belo Monte, no interior do Pará, essas usinas no geral afeta e prejudicam muito a população ao redor desta construção, destruindo os lugares onde pessoas moravam e trabalhavam.

Esses foram transferidos do local onde viveram a maior parte de sua vida e realocados para assentamentos construídos de formas precárias, além disso, muitas áreas de pequenos agricultores foram inundadas e seus proprietários prejudicados.

A fauna e a flora foi gravemente afetada, vegetação morta foi o que restou das áreas alagadas, a população que dependia da pesca, perderam seus sustentos, pois, com a mudança brutal do ambiente atrapalhou a desova dos peixes e assim diminuindo a pesca local.

Tais situações como essa citada acima é a consequência do mau planejamento efetuado por algumas instituições empresariais, que através de algumas ações camuflam um problema, mas deixam os rastros da destruição causada por suas ações.

A Constituição Federal no seu artigo 225 no § 3º diz que “as condutas e atividades consideradas lesivas ao meio ambiente sujeitarão os infratores, pessoas físicas ou jurídicas, as sanções penais e administrativas, independentemente da obrigação de reparar os danos causados” (BRASIL, 1988, *online*).

Portanto, conforme dita a constituição quem lesar o meio ambiente deve ser penalizado por tal ação, mas frisando novamente que as empresas não devem focar apenas em não receber punição mais sim no bem maior.

No mesmo entendimento o Livro Verde da União Europeia diz que [...] “ser socialmente responsável não significa somente cumprir plenamente as obrigações jurídicas, mas também ir mais além de seu cumprimento investindo mais no capital humano, no entorno e nas relações com os interlocutores” (2001, *online*).

Assim as empresas vão aceitando as mudanças e a evolução das normas e exigências dos clientes para a proteção do meio ambiente, e entendem que ter uma

área de responsabilidade socioambiental é importante para exista uma satisfação financeira e social positiva.

Desta maneira os empresários estão cada vez mais conscientes que suas empresas não são apenas uma linha de produção em massa sem restrições e consequências, mas que devem adquirir as estratégias da responsabilidade ambiental, para visar o bem maior da sociedade local, das gerações futuras e para a preservação do meio ambiente.

3.2 Marketing Ambiental

O Marketing Ambiental, também conhecido como marketing verde é uma estratégia usada por algumas empresas que é focado nos benefícios que um produto e seu modo de produção e o modo que uma empresa se põe a respeito do meio ambiente, basicamente é uma forma de vender uma boa imagem de uma empresa mostrando que ela tem consciência ecológica.

Para Reinaldo Dias (2017) o marketing pode se entender como um sistema baseado em um processo de gestão integral, sendo assim um sistema que organiza todas as estratégias da empresa promovendo então a comunicação e colocando em prática todos os processos.

Essa sistemática também é a responsável pela identificação, antecipação e satisfação das demandas dos clientes e garante a imagem da empresa perante a sociedade enquanto garante uma produção rentável e sustentável.

O Marketing Ambiental teve seus primeiros sinais na década de 1960 nos Estados Unidos e na Europa, porém, só ganhou força mundial a partir da década de 1990, quando ocorreu um aumento na preocupação da população com o grande consumo de recursos naturais que forçaram as empresas a adquirir um sistema sustentável.

Como a criação de produtos biodegradáveis, como as sacolas plásticas foram uma mudança muito grande nesse cenário, diminuindo a grande quantidade de sacolas no mar, as empresas começam a utilizar produtos reciclados como forma de economia de longo prazo na matéria usada na produção.

No Brasil esse sistema também surgiu na década de 1990 com a chegada das multinacionais que começaram a se instalar no país essa estratégia ganhou força nas indústrias locais, e toda essa demanda de pensamento dos clientes as empresas começaram a seguir os princípios do marketing verde.

O Marketing verde tem como pilares quatro princípios principais, são elas o Produto verde; O preço ecológico; A distribuição do produto ecológico e A comunicação ecológica (DIAS, 2017).

O Produto verde tem a função de satisfazer às necessidades e a vontade dos clientes, são os produtos e serviços oferecidos do produtor aos consumidores, Philip Kotler (1996) caracteriza o produto como algo que pode ser oferecido a um mercado para sua apreciação, aquisição, uso ou consumo para satisfazer a um desejo, ou necessidade.

O preço ecológico é o símbolo que demonstra aos consumidores o valor ambiental de um produto e seu custo benefício levando em consideração todas as variáveis ambientais, um produto que reflete em seu preço os benefícios que ele recebe, tal informação terá uma grande influência no mercado para ser adquirido.

A distribuição do produto ecológico é a transmissão de informações, promoções e propagandas para que o consumidor seja estimulado a efetuar uma compra do produto selecionando o melhor canal de distribuição, localização e pontos de vendas.

Existem duas dinâmicas de distribuição no âmbito ambiental, o de saída sendo o utilizado para a comercialização do produto e o de entrada que são os consumidores gerando o produto de reciclagem.

Reinaldo Dias diz que:

De modo geral, há dois aspectos essenciais que se deve levar em consideração na distribuição, do ponto de vista do marketing ecológico:

- a) minimizar o consumo de recursos e a geração de resíduos durante a distribuição física do produto, ou seja, no transporte, armazenamento e manipulação; e
- b) criar um sistema eficiente e distribuição inversa para os resíduos que podem ser incorporados ao sistema produtivo como matéria-prima secundária (2017, *online*).

A comunicação ecológica serve para demonstrar ao consumidor que um produto ecologicamente correto tem um valor maior do que um produto semelhante, mas sem o fator da conscientização ambiental, é que por esse motivo é melhor e compensável adquirir o produto sustentável.

Quando uma empresa se dedica ao meio ambiente, e preza pela sua preservação, e utiliza das estratégias do marketing verde, está recebe 'Selo Verde' que é a prova perante a sociedade e consumidores que a empresa tem desenvolvido atividades sustentáveis, com tais selos os produtores estabeleceram uma garantia com os clientes que o seu produto tem cumpre com seu papel com a responsabilidade socioambiental, gerando confiança e fidelidade com os consumidores.

3.3 Ações Ambientais que acompanham a atividade empresarial

Uma empresa mercantil que visa uma sustentabilidade ambiental tem que realizar um conjunto de ações, que foram ao respeito e na preservação do meio ambiente, da sociedade ao seu redor e principalmente colocar em prática cada estratégia de gestão ambiental.

A várias ações efetivas e que podem ajudar com a sustentabilidade da empresa, como acompanhar a emissão de carbono produzida, esse é um problema que já se prorrogou mais do que devia, felizmente com o desenvolvimento uma sociedade empresarial pode calcular a quantidade de carbono emitido e usar como contramedida a plantação de árvores que compensam a poluição da atmosfera.

As instituições empresariais devem repensar como sua linha de produção funciona, se estes estão utilizando de recursos naturais desnecessários, analisar e planejar a longo prazo, até a pós venda do produto para reduzir o impacto causado.

A empresa Unilever no mesmo pensamento criou seu plano de sustentabilidade mudando sua embalagens e formas de produção e diz:

[...] o mundo mudou ao longo dos dez anos do USLP. Os temas que nos motivaram a agir se tornaram centrais. As partes interessadas já entenderam que sustentabilidade não é só bom caso seja eventualmente alcançado, mas sim algo que se espera como mínimo(2010, *online*).

O uso racional de energia elétrica nas empresas influenciam muito na sustentabilidade da empresa que utilizam de meios que não prejudicam o meio ambiente, usando painéis solares e a energia eólica, uma fonte limpa para empresas sustentáveis. O racionamento de água também é de grande importância a empresa que tem seu sistema de tratamento e reaproveitamento de água economiza esse recurso precioso.

Um das principais formas de gestão ambiental é a reciclagem ela reduz o gasto de matéria primada, a poluição emitida, reutiliza e recicla, aquelas matérias que pode ser considerado inútil podem ser reutilizados como matérias recicláveis e biodegradáveis que serão usados para a confecção de embalagens e de outros derivados, com esses produtos o número de lixos que causam o efeito estufa podem diminuir drasticamente.

A Logística Reversa é um sistema onde produtos como pilhas, pneus, baterias, agrotóxicos, medicamentos, produtos com uma decomposição extremamente lenta, que seriam descartados em aterros sanitários causando em larga escala, grandes impactos ambientais, através de seus produtores devem aderir esse sistema, lendo esses produtos para cooperativas especializadas e operadores de reciclagem, minimizando o problema.

O termo ecoeficiência é um sistema de produção e fornecimento de serviços e produtos com competitividade no mercado, porém com menos consumos

naturais e poluição reduzida, satisfazendo as necessidades humanas, tendo uma qualidade de vida sem alterações ambientais de forma negativa.

No ponto de vista de Fernando Almeida (2002) ecoeficiência é uma filosofia de gestão empresarial que incorpora a gestão ambiental. Pode ser considerada uma forma de responsabilidade ambiental corporativa. Encoraja as empresas de qualquer setor, porte e localização geográfica a se tornarem mais competitiva, inovadoras e ambientalmente responsáveis.

A ecoeficiência possui várias características fundamentais sendo a diminuição do consumo energético e de materiais com bens e serviços, minimiza a poluição de substâncias tóxicas, esse sistema amplia a utilização de recursos renováveis, promove a reciclagem, maximizar o uso consciente dos recursos renováveis de forma sustentável, estender a vida útil dos itens e fornecer uma educação sobre a sustentabilidade ao público.

Existem várias ações que são utilizadas para uma efetiva sustentabilidade empresarial, as empresas possuem suas responsabilidades socioambientais com a sociedade, em geral, pois, elas tem o poder de prejudicar o meio ambiente se conduzirem suas produções de forma indisciplinada, muitas empresas já adquiriram esse sistema usufruindo das estratégias para a preservação ambiental, é necessária a máxima conscientização de todos para que o meio ambiente sobreviva a essa contínua evolução industrial.

CONCLUSÃO

Confluindo todo o exposto, é possível entender que a temática da responsabilidade ambiental não surgiu agora no âmbito empresarial, este assunto sempre foi tratado, mas em muitas vezes ignorado no passado, tanto que vemos a grande quantidade de acidentes causados por negligência e falta de preparo das indústrias.

Conforme as pesquisas temos o conhecimento de inúmeras formas de metodologias que podem ser utilizadas pela gestão ambiental das empresas mercantis para prevenção e minimização dos impactos ambientais, esses meios são necessários e devem ser utilizados.

Desta forma, fica expressa a necessidade da consciência ambiental dos empresários, estes tem o poder de fazer mudanças na forma de suas empresas agirem, o meio ambiente pede socorro, o grande consumo dos recursos naturais causam prejuízos imensuráveis para a humanidade, devemos parar e entender que apenas o lucro não é suficiente, do que adianta o enriquecimento sem um futuro.

Por fim, podemos ver que os métodos e estratégias socioambientais, as gestões ambientais protegem o nosso presente e futuro para as próximas gerações, as empresas devem utilizar o marketing ambiental, essa ação gera lucro e previne e minimiza os impactos ambientais, pois, o consumidor busca empresas que tem consciência ambiental, assim seus produtos se destacaram no mercado pela demanda do produto verde. Uma fiscalização e penalizações mais rígida nas empresas também ajudariam na proteção do meio ambiente, que é tão fundamental para o mundo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando. **O Bom Negócio da Sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.

BRASIL. **Lei Ordinária nº 6.938, de 31 de agosto de 1981**. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências.

BRASIL. **Lei no 12.651, de 25 de maio de 2012**. Dispõe sobre a proteção da vegetação nativa; altera as Leis no 6.938, de 31 de agosto de 1981, 9.393, de 19 de dezembro de 1996, e 11.428, de 22 de dezembro de 2006; revoga as Leis no 4.771, de 15 de setembro de 1965, e 7.754, de 14 de abril de 1989, e a Medida Provisória no 2.166-67, de 24 de agosto de 2001; e dá outras providências.

BRASIL. **Lei Federal nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998**. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências.

BRASIL. **LEI nº 7.735, de 22 de fevereiro de 1989**. Dispõe sobre a extinção de órgão e de entidade autárquica, cria o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis e dá outras providências. Acesso em: 10 mar. 2021.

BRASIL. **Resolução, CONAMA nº1, de 23 de janeiro de 1986**. Dispõe sobre critérios básicos e diretrizes gerais para a avaliação de impacto ambiental. Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=95508>. Acesso em: 10 mar. 2021.

CARVALHO, Cristiane Caldas. **RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL EMPRESARIAL: a inserção do Direito Ambiental e Sanitário e o grau de adesão ao Pacto Global/ONU nas atividades produtivas em São Luís - Maranhão**. Dissertação (Mestrado em SAÚDE E MEIO AMBIENTE) - Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2009. Paulo Roberto Barbosa Ramos. Disponível e: <https://tedebc.ufma.br/jspui/handle/tede/1074>. Acesso em: 10 mar. 2021..

COELHO, Fábio Ulhoa. **Princípios do Direito Comercial**: com anotações ao projeto do código comercial. São Paulo: Saraiva, 2012.

Comissão das comunidades europeias. **Livro verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas**. Bruxelas, 2001. Disponível em: COUTINHO, Aldacy Rachid & DALLEGRAVE NETO, José

AFFONSO. **Transformações do Direito do Trabalho**. Curitiba: Juruá, 2006.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 2017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br>. Acesso em: 05/05/21.

FEDRA, Kurt; WINKELBAUER, Lothar; PANTULU, Vedurumudi R. **Expert systems for environmental screening. An application in the lower Mekong basin**. 1991. Disponível em: <http://pure.iiasa.ac.at/id/eprint/3481/1/RR-91-019.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2021.

FONSECA, Vandre. O rastro de destruição de Belo Monte. **Amazonia Real**. 2019. Disponível em: <https://amazoniareal.com.br/o-rastro-de-destruicao-de-belo-monte/>. Acesso em: 06 maio 2021.

GRAU, Eros Roberto. **A Ordem Econômica na Constituição de 1988**. 13ª ed. Malheiros Editores: São Paulo, 2008.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

KUSS, Anelise Vicentini; CARLAN, Francele de Abreu; BEHLING, Greici Maia; GIL, Robledo Lima. **POSSIBILIDADES METODOLÓGICAS PARA A PESQUISA EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL**. 2015. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/educambiental/files/2017/05/PossibilidadesMetodologicas-da-pesquisa-em-educacao-ambiental.pdf>. Acesso em: 08 mar. 2021.

LOPES, Ana Frazão de Azevedo. **Empresa e Propriedade – Função social e abuso do poder econômico**. São Paulo: Quartier Latin, 2006.

MANCINI, Sergio. **Gestão com responsabilidade socioambiental**. Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental da USP, Doutor em Ciência Ambiental. 2008. Isak Kruglianskas. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/90/90131/td-e-22112011-155615/pt-br.php>. Acesso em: 02 maio 2021.

MEDEIROS, Roselice Duarte. **Proposta metodológica para Avaliação de Impacto Ambiental aplicada a projetos de usinas eólio-elétricas**. Dissertação de Mestrado – Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: http://cassiopea.ipt.br/teses/2010_TA_Roselice_Duarte_Medeiros.pdf. Acesso em: 10 mar. 2021.

MELLO, Leonel Itaussu Almeida. John Locke e o individualismo liberal. In: WEFFORT, Francisco C. (org). **Os clássicos da política**. 14. ed. São Paulo: Ática, 2006. v. 1.

MOREIRA NETO, Diogo de Figueiredo. **Ordem Econômica e desenvolvimento na Constituição de 1988**. Rio de Janeiro, APEC, 1989.

NORO, KOHLER, LENGLER, ABBADE. Greice de Bem; Grazielle Dutra; Leticia; Eduardo Botti. **A Ecoeficiência e a Gestão Sustentável: Ume Estudo de Caso**. 2012. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/981662.pdf>. Acesso em: 08 maio 2021.

OLIVEIRA, Moises. **Método de Superposição das Cartas**. 2020. Disponível em: <http://moises-de-oliveira.blogspot.com/2020/05/metodo-de-superposicao-das-cartas.html>. Acesso em: 09 mar. 2021.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**. 1º volume. 31. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

ROCCO, Alfredo. **Princípios do Direito Comercial**. São Paulo: Saraiva, 1931.

SÁNCHEZ, Luis Enrique; **Avaliação de Impacto Ambiental: Conceitos e Métodos**. São Paulo: Oficina de Textos, 2013.

SILVA, José Afonso. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 15. ed. São Paulo: Malheiros, 1998.

TAHARA, Sayuri. **FMEA (Failure Mode and Effect Analysis)**. 2008. Disponível em: <http://www.portaldeconhecimentos.org.br/index.php/por/Conteudo/FMEA-Failure-Mode-and-Effect-Analysis>. Acesso em: 09 de março de 2021.

TIBOR, Tom; FELDMAN, Ira. **ISO 14000: um guia para as normas de gestão ambiental**. São Paulo: Futura, 1996.

TOMASEVICIUS FILHO, Eduardo. **A função social da empresa**. Revista dos Tribunais, vol. 810, abril 2003.

UNILEVER. **Planeta e Sociedade**. 2010. Disponível em: <https://www.unilever.com.br/planet-and-society/>. Acesso em: 08 maio 2021.

